

**PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS TERHADAP  
LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT KC MAKASSAR**



**Skripsi**

***Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Untuk Meraih Gelar  
Sarjana Perbankan Syariah (S.E) Jurusan Perbankan Syariah  
Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Alauddin Makassar***

*Oleh:*

**SRI WAHYUNI SAFITRI**

**90500117029**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR**

**2021**

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

Mahasiswa yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Sri Wahyuni Safitri  
Nim : 90500117029  
Tempat/Tgl.Lahir : Jeneponto, 27 Februari 1999  
Konsentrasi : Keuangan  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Alamat : Samata  
Judul : Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap  
Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar

Menyatakan dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran bahwa skripsi ini benar dan hasil karya saya sendiri. jika di kemudian hari terbukti bahwa karya ini merupakan duplikat, tiruan, atau dibuat orang lain, sebagian atau seluruhnya, maka skripsi ini dan gelar yang diperoleh karenanya batal demi hukum.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Samata, Juli 2021

Penulis

**Sri Wahyuni Safitri**

**Nim: 90500117029**

## PENGESAHAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA RI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI ALAUDDIN MAKASSAR  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Kampus I Jl. St. Alauddin No. 63 Makassar Tlp. (0411)864924 Fax 864923  
Kampus II Jl. St. Alauddin No. 36 Samata Sungguminasa-Gowa Tlp. (0411) 424835 Fax 424836

### PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar**" yang disusun oleh Sri Wahyuni Salitri, NIM: 90500117029, Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, telah diuji dan dipertahankan dalam sidang *Munaqasyah* yang diselenggarakan pada hari Rabu, 21 Juli 2021, bertepatan dengan 11 Dzulhijjah 1442 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ekonomi dalam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Perbankan Syariah.

Samata-Gowa, 23 Juli 2021

13 Dzulhijjah 1442 H

#### DEWAN PENGUJI :

Ketua	: Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag	(.....)
Sekretaris	: Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si	(.....)
Munaqisy I	: Dr. Syaharuddin, M.Si	(.....)
Munaqisy II	: Ismawati, SE., M.Si	(.....)
Pembimbing I	: Dr. Sitti Fatimah, S.E., M.M.	(.....)
Pembimbing II	: Kamaruddin, SE., M.Si	(.....)

#### Diketahui oleh:

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Alauddin Makassar

Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag  
NIP. 19661130 199303 1 003

## KATA PENGANTAR

**Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh**

Puji syukur saya panjatkan atas kehadiran Allah SWT karena atas berkat dan hidayah-Nyalah yang telah memberikan kesehatan, kesabaran, kekuatan serta kemampuan dalam berpikir sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Salam dan shalawat tak lupa saya hanturkan kepada baginda Nabi Muhammad Saw yang telah membawa kita dari zaman kegelapan menuju zaman terang benderang seperti saat ini.

Skripsi dengan judul **“Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar”** merupakan skripsi yang dihadirkan penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi S1 dan memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) pada jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.

Skripsi ini dikerjakan dengan penuh keyakinan, ketulusan, tanggung jawab, kejujuran dengan segenap hati penulis dalam menyelesaikannya. Meskipun banyak hambatan dan rintangan dalam proses penyelesaian skripsi ini, namun atas segala doa, ikhtiar dan ridho Allah, serta dukungan dari berbagai pihak-pihak yang mendukung baik itu dalam bentuk bantuan moril maupun materil yang diberikan, akhirnya saya mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Menyadari hal tersebut, maka penulis menyampaikan banyak terima kasih terkhusus kepada orang tua saya yaitu ayahanda **Muhammad** dan ibunda tercinta **Syamsinar Kadu** yang telah mencintai, menyayangi, dan memberikan dunianya dengan penuh keikhlasan, kesabaran didikan serta terima kasih tak terhingga untuk ibunda tercinta, didetik-detik terakhir hidupnya masih menemani,

menyemangati, dan mendoakan saya dalam proses penyusunan skripsi ini. Terima kasih juga kepada saudara-saudaraku yaitu kakak **Dian Muliana Pertiwi** dan adik **Agus Tri Wahyudi** yang senantiasa mendukung, menyemangati dan menemani dalam suka duka dalam penulisan skripsi ini.

Selain itu, penulis juga mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak diantaranya:

1. Bapak Prof. Hamdan Juhannis, MA., Ph.D selaku Rektor Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, Wakil Rektor (I, II, III, dan IV) dan para staf rektor serta seluruh jajarannya yang telah memberikan bantuan sebagai penunjang perkuliahan dalam pengembangan kualitas dari kampus peradaban ini.
2. Bapak Prof. Dr. H, Abustani Ilyas, M.Ag selaku dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar beserta seluruh jajarannya.
3. Ibu Ismawati, S.E., M.Si selaku ketua Jurusan Perbankan Syariah dan bapak Dr.Sudirman, SE., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Perbankan Syariah.
4. Ibu Dr. Sitti Fatimah, S.E.,M.M selaku pembimbing I dan bapak Kamaruddin,SE., M.Si selaku pembimbing II yang dengan penuh kesabaran membimbing, menasehati dan mengarahkan skripsi ini dengan baik mulai dari awal penyusunan skripsi sampai tahap penyelesaian.
5. Penguji skripsi dan Penguji komprehensif saya yang telah memberikan saran dan kritikan membangun dalam proses penyusunan skripsi ini.
6. Bapak Dr. Ilham Gani, SE., M.M selaku penasehat akademik (PA) yang telah memberikan arahan dan saran yang membangun dalam proses perkuliahan.
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang telah memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis.

8. Seluruh Staf Tata Usaha serta Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan penyelesaian masalah perkuliahan.
9. Pimpinan Bank Muamalat KC Makassar yang telah memberikan izin kepada penulis dalam melakukan penelitian dan Seluruh nasabah Bank Muamalat KC Makassar yang telah bersedia membantu untuk menjadi Responden dalam mengisi kuesioner penelitian ini.
10. Teman-teman seperjuangan Jurusan Perbankan Syariah Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Angkatan 2017, terkhusus untuk Perbankan Syariah A yang senantiasa membantu, memotivasi, dan menjadi teman-teman hebat bagi penulis serta seluruh Mahasiswa Jurusan Perbankan Syariah baik senior-senior maupun adik-adik yang senantiasa mendukung penelitian ini.
11. Untuk sahabat-sahabatku baik dari Jocan maupun Mermaid yang senantiasa memberikan warna, dukungan, dan kesan mendalam selama menjalani proses perkuliahan sampai tahap penyelesaian skripsi ini.
12. Semua pihak yang tidak sempat penulis sebutkan satu per satu, yang telah membantu selama proses penyelesaian penelitian ini.
13. Teruntuk diriku sendiri (Sri Wahyuni Safitri) terima kasih sudah berjuang dan bertahan sampai sejauh ini meskipun hal terburuk yang tidak pernah dibayangkan terjadi, yaitu kehilangan sosok yang paling dicintai, berharga dan menjadi alasanmu untuk sukses telah meninggalkanmu. tapi tetap bangkit dan terus berjuang. HEBAT

Alhamdulillah dengan segala dukungan dan kerjasamanya, akhirnya skripsi ini dapat saya persembahkan untuk kalian, meskipun masih banyak kekurangan yang datanganya dari penulis karena kesempurnaan hanyalah milik Allah Swt. Semoga Allah senantiasa memberikan rahmat dan hidayahnya kepada

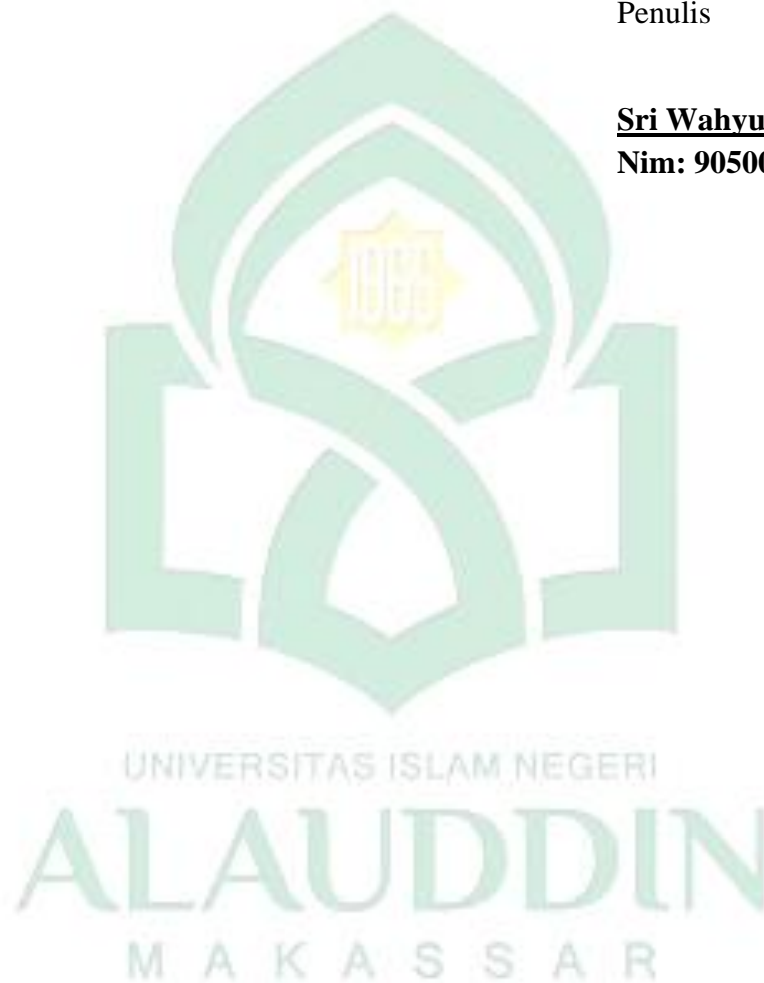


kita semua sehingga ilmu yang telah didapatkan dapat bermanfaat kepada semua pihak dengan kebahagiaan dunia akhirat.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Samata-Gowa  
Penulis

**Sri Wahyuni Safitri**  
**Nim: 90500117029**



## DAFTAR ISI

<b>JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang .....	1
B. Rumusan Masalah .....	6
C. Definisi Operasional Variabel.....	6
D. Penelitian Terdahulu .....	9
E. Tujuan Penelitian .....	13
F. Manfaat Penelitian .....	14
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS .....</b>	<b>15</b>
A. Pelayanan Prima.....	15
B. Etika Bisnis .....	19
C. Loyalitas Nasabah .....	26
D. Pengaruh Antar Variabel.....	31
E. Kerangka Berpikir .....	34
F. Hipotesis.....	35



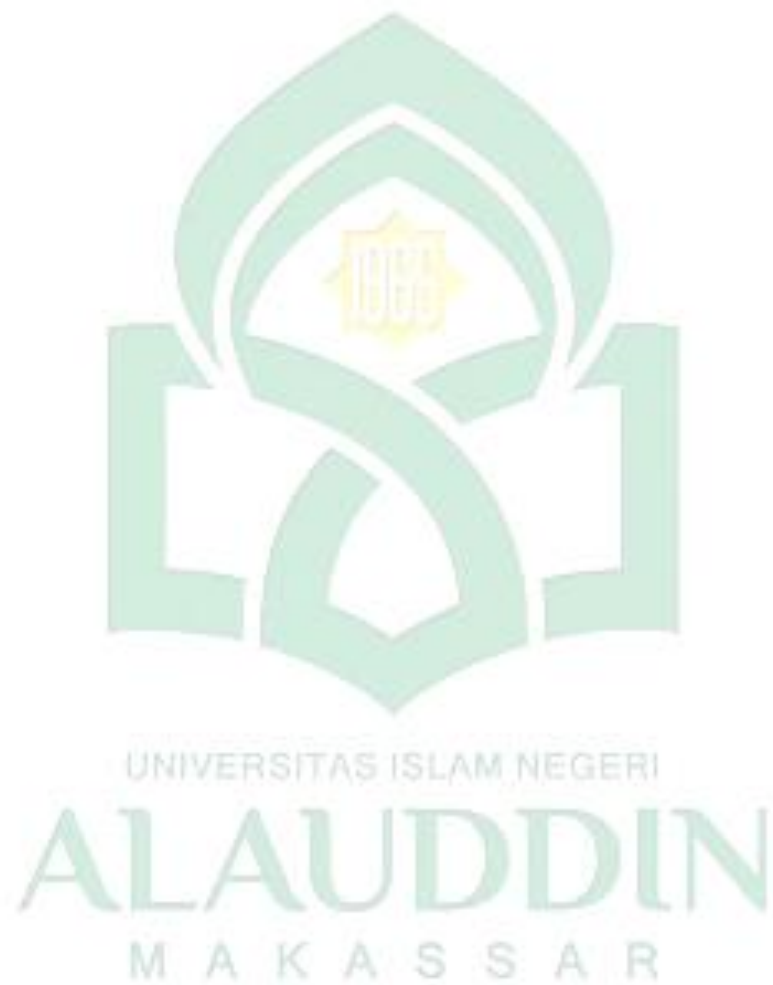
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>37</b>
A. Jenis, Lokasi Dan Waktu Penelitian.....	37
B. Populasi Dan Sampel .....	37
C. Sumber Data.....	39
D. Instrumen Pengumpulan Data .....	40
E. Teknik Analisis Data.....	42
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
A. Deskripsi Umum PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk .....	46
B. Deskripsi Penelitian .....	50
C. Analisis dan Olah Statistic .....	56
D. Pembahasan.....	67
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>70</b>
A. Kesimpulan .....	70
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>73</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>76</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>103</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Definisi Operasional Variabel.....	7
Tabel 1.2	Penelitian Terdahulu .....	10
Tabel 2.1	Hipotesis.....	36
Tabel 3.1	Skor Alternative Atas Jawaban Kuesioner.....	40
Tabel 3.2	Kisi-Kisi Angket .....	41
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan .....	52
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Menjadi Nasabah.....	53
Tabel 4.5	Variabel Pelayanan Prima .....	54
Tabel 4.6	Variabel Etika Bisnis .....	55
Tabel 4.7	Variabel Loyalitas Nasabah .....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validasi .....	57
Tabel 4.9	Hasil Uji Reabilitas .....	58
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Linearitas .....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Multikolinearitas.....	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Regresi Linear Berganda .....	62
Tabel 4.14	Hasil Uji T.....	64
Tabel 4.15	Hasil Uji F .....	65

Tabel 4.16 Koefisien Determinasi.....66

Tabel 4.17 Hasil Analisis Statistik Penelitian .....67



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir .....	34
------------------------------------	----



## ABSTRAK

**Nama : Sri Wahyuni Safitri**  
**Nim : 90500117029**  
**Judul : “Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar”**

---

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh pelayanan prima dan etika bisnis terhadap loyalitas nasabah. Penelitian ini dilakukan pada bank Muamalat KC Makassar. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif. Populasi penelitian ini ialah seluruh Nasabah Bank Muamalat KC Makassar, dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *Simple random sampling* (sampel acak sederhana).

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer, dengan metode pengumpulan data melalui angket (kuesioner). Teknik analisis data yang digunakan ialah uji validasi, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji linearitas, multikolinearitas), dan uji hipotesis menggunakan metode analisis berganda, uji t, uji f, dan uji koefisien determinasi .

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelayanan prima dan etika bisnis secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap loyalitas nasabah. namun secara parsial pelayanan prima (X1) berpengaruh negative dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y), sementara etika bisnis (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah (Y).

**kata kunci:** Pelayanan Prima, Etika Bisnis , Dan Loyalitas Nasabah

# BAB I

## PENDAHULUAN

### **A. Latar Belakang**

Bank merupakan lembaga keuangan yang usaha pokoknya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkannya kembali dalam bentuk dana pihak ketiga yang berupa kredit atau pinjaman. Pada dasarnya, bank merupakan lembaga perantara antara sektor yang kekurangan dana (*defisit*) dengan sektor yang kelebihan dana (*surplus*). Berdasarkan UU No.10 Tahun 1998 perubahan atas UU No.7 Tahun 1992 tentang perbankan. Lembaga keuangan bank terdiri atas bank perkreditan rakyat (BPR). Bank Umum dan Bank Perkreditan Rakyat dapat menetapkan pilihan untuk melaksanakan kegiatan usahanya atas dasar prinsip bank syariah atau bank berdasarkan prinsip konvensional.

Menurut UU nomor 21 tahun 2008 menyebutkan bahwa bank syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah dan menurut jenisnya terdiri atas Bank Umum Syariah dan Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS).<sup>1</sup> Dengan perbedaan pokok BPRS dilarang menerima simpanan berupa giro dan ikut serta dalam lalu lintas sistem pembayaran.<sup>2</sup>

Adapun perbedaan yang mendasar diantara prinsip syariah dengan konvensional yaitu dapat di perhatikan dari cara memperoleh margin yang diambil bank dari transaksinya. Bank syariah melakukan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah yaitu prinsip pembagian keuntungan dan kerugian (nisbah bagi hasil) sedangkan bank konvensional mengambil keuntungan dari bunga bank.

---

<sup>1</sup> Trimulato, *Perbankan Syariah: buku bahan ujian komprehensif* (Cet.1; Gowa: Pustaka Almaida,2020), h.33

<sup>2</sup> Ilham Gani, dan Muslimin, *Hukum perbankan syariah* (Cet. 1; Gowa: CV. Cahaya Bintang Cemerlang, 2021), h. 3

Banyaknya berdiri bank syariah di Indonesia menjadi bukti bahwa minat masyarakat menjadi nasabah bank syariah sangat tinggi. Perlu dipahami bahwa saat ini bank yang semula konvensional telah diperbolehkan untuk melakukan usaha berprinsip syariah melalui Unit Usaha Syariah misalnya Bank SulselBar Syariah, BTN syariah dan banyak bank lainnya. Oleh sebab itu, bank muamalat harus mampu berkompetisi dalam meningkatkan kualitasnya baik produk maupun layanannya .

Dalam dunia perbankan pelayanan prima sangat diperlukan untuk memberikan rasa puas terhadap nasabah, sehingga pelanggan merasa dirinya dipentingkan atau diperhatikan sebagaimana mestinya. Ketika nasabah puas , maka mereka akan loyal dan terus memakai *product* dan jasa yang dipakainya. Mereka akan membicarakan hal-hal baik tentang layanan bank yang mereka dapatkan kepada orang lain, tidak sensitif terhadap harga dan tidak lagi mempersoalkan label pesaingnya. Untuk memenangkan pesaing maka diperlukan strategi dengan pelayanan prima.

Penerapan pelayanan prima memiliki standar operasi dan prosedur yang berbeda-beda pada setiap bank. Untuk menciptakan dedikasi personal yang tinggi dalam menarik minat nasabah maka penting adanya pelatihan bagi pegawai bank sehingga menimbulkan persepsi *positive* dari nasabahnya. Sumber daya manusia yang andal, karakteristik yang berbeda, visi misi yang jauh kedepan sebagai penunjang dari pelayanan prima.

Selain pelayanan prima, salah satu keunggulan dari bank syariah yaitu dalam operasionalnya menggunakan prinsip syariah dalam etika bisnisnya. Etika Bisnis islam didefinisikan sebagai perpaduan antara bisnis dengan nilai etika plus nilai spiritual (Religius). Agar tidak menyimpang dari norma yang ada maka



digunakan etika bisnis untuk mengendalikan persaingan bisnis. Apabila mencukupi seluruh norma yang ada, persaingan bisnis dapat di nilai etis.

Dalam beberapa literatur '*Adl* (keadilan), *free will* ( kehendak bebas), *responsibility* ( tanggung jawab ), dan kebenaran merupakan prinsip etika bisnis islam yang dijadikan tumpuan dalam melakukan bisnis sesuai dengan mazhab syariah.

Menurut Sri Wahyuningrum (2020) mengungkapkan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya semakin tinggi pengaruh etika bisnis islam maka akan semakin tinggi atau meningkat pula kesetiaan nasabah.

Kemampuan perusahaan untuk meningkatkan loyalitas nasabah sangat dibutuhkan karena merupakan kunci kemenangan berkompetisi dalam situasi persaingan (Kotler, 2017:74). Kunci keberhasilan dan kesungguhan kompetitif perusahaan dibuktikan dengan adanya loyalitas konsumen baik dalam jangka pendek maupun jangka panjang. Kesetiaan seseorang dalam memanfaatkan suatu *product* baik berupa produk maupun jasa yang diberikan perusahaan disebut loyalitas. Kecenderungan untuk beralih ke produk atau jasa yang ditawarkan bank lain akan lebih rendah ketika nasabah sudah loyal terhadap bank syariah, maka akan selalu setia menggunakan produk dan jasa dari bank tersebut.

Tingginya tingkat persaingan dalam dunia bisnis , membuat para pelaku bisnis berusaha untuk selalu menyajikan pelayanan prima dan etika bisnis yang terbaik. Apabila suatu produk yang standar atau kurang lebih sama dan dengan harga produk yang kompetitif, maka aspek yang dapat membedakannya adalah kualitas layanan dalam hal ini pelayanan prima dan etika bisnis islam, yang dapat menjadi nilai tambah agar tercipta nasabah loyal..

Bank Muamalat Indonesia merupakan bank syariah pertama di Indonesia yang sesuai akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 November 1991. Yang resmi beroperasi pada tanggal 1 Mei 1992 dengan modal awal Rp.106.126.382.000,-<sup>3</sup> yang mendapat dukungan penuh dari beberapa tokoh masyarakat, pengusaha muslim dll. Dengan landasan hukum UU No. 7 tahun 1992 bank dengan sistem bagi hasil.

Dalam *Survey Satisfaction, Loyalty, and Engagement* (SAL) 2019 yang dilakukan oleh Marketing Research Indonesia (MRI) bekerja sama dengan infobank, menetapkan Bank Muamalat digarda terdepan, posisi pertama sebagai bank syariah dengan nasabah paling setia pada tahun 2019. Hal ini menunjukkan bahwa bank muamalat senantiasa memberikan rasa puas kepada nasabahnya dengan mengukur kualitas pelayanan dan sebagai outputnya nasabah menjadi loyal.

Menurut Muhamad Khairul Ma'arif (2020), mengungkapkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya semakin tinggi pelayanan prima semakin tinggi atau meningkat pula loyalitas nasabah.<sup>4</sup> Yang sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2018).<sup>5</sup> Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Indah Nur Safitri (2020) menyingkap pelayanan prima tidak berpengaruh dan relevan terhadap kesetiaan nasabah.<sup>6</sup> Dengan demikian terdapat kesenjangan hasil penelitian yang perlu diteliti dalam penelitian ini.

---

<sup>3</sup> Trimulato, *Perbankan Syariah: buku bahan ujian komprehensif* (Cet.1; Gowa: Pustaka Almaida,2020), h.7

<sup>4</sup> Muhamad Khairul Ma'arif (2020)

<sup>5</sup> Retno Sri Rahayu (2018)

<sup>6</sup> Indah Nur Safitri (2020)

Bank Muamalat KCU Makassar merupakan badan usaha yang bergerak dibidang industri perbankan syariah di kota makassar, yang seyogyanya menghimpun, menyalurkan dan meyediakan produk dan jasa yang dibutuhkan masyarakat baik berupa Tabungan, giro, deposito, pembiayaan mudharabah, syirkah , fasilitas pembayaran dan banyak lagi produk-produk yang ditawarkan bank muamalat yang tentunya dengan prinsip syariah. Dalam dunia perbankan bagian *frontliner* (*Teller, Customer Service* dan *Security*) merupakan bagian yang paling sering berinteraksi dengan nasabah, sehingga bagian ini perlu diperhatikan dengan baik dalam hal peningkatan pelayanan yang berkualitas.

Persaingan industri perbankan di kota Makassar terbilang sangat ketat, ini dapat dilihat dari banyaknya perbankan yang telah beroperasi, baik itu dari bank konvensional maupun bank syariah. Oleh sebab itu, Bank Muamalat KC Makassar dituntut harus bisa bersaing secara sehat dengan berlandaskan prinsip syariah. Dalam melaksanakan kegiatan operasionalnya bank muamalat tentu sering dihadapkan oleh masalah baik dalam lingkup internal maupun external. Masalah inilah yang apabila tidak segera di selesaikan akan menimbulkan masalah baru yang menyebabkan nasabah tidak loyal lagi terhadap bank muamalat. Dalam penelitian ini pelayanan prima lebih difokuskan di bagian *frontliner*, yang secara langsung bertemu ataupun berinteraksi dengan nasabah.

Selain itu, karena Bank Muamalat merupakan bank syariah maka dalam operasionalnya harus memperhatikan Etika bisnis dalam hal ini harus sesuai dengan prinsip islam. Pengukuran Etika Bisnis juga sangat berpengaruh terhadap loyalitas nasabah. Etika layanan yang islami yang disunghungkan Bank Muamalat akan memberikan rasa puas dan menjadi loyal sehingga tidak ada alasan nasabah Bank Muamalat berpindah kebank lain.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penulis melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh pelayanan prima dan Etika Bisnis Islam terhadap loyalitas nasabah”

### ***B. Rumusan Masalah***

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang diangkat oleh peneliti ialah berdasarkan latar belakang masalah diatas yaitu:

1. Apakah pelayanan prima berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makasaar?
2. Apakah Etika Bisnis berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makasaar?

### ***C. Definisi Operasional Variabel***

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator variabel-variabel terkait dalam penelitian dimaksudkan untuk menentukan skala masing-masing variabel sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu statistik dapat dilakukan secara benar. Untuk menghindari kesalahpahaman istilah yang digunakan dalam penelitian maka dibuatlah definisi operasional variabel guna menerangkan beberapa istilah sebagai berikut:

**Tabel 1.1**  
**Definisi Operasional Variabel**

<b>Jenis Variabel</b>	<b>Definisi Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Skala Pengukuran</b>
Pelayanan Prima (X <sub>1</sub> )	kepedulian kepada pelanggan dengan memberikan layanan terbaik untuk memfasilitasi kemudahan pemenuhan kebutuhan dan mewujudkan kepuasannya, agar mereka setia kepada perusahaan. Keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya.	a. <i>Tangible</i> (Berwujud) b. <i>Emphaty</i> (kepedulian) c. <i>Responsiveness</i> (Cepat Tanggap) d. <i>Reliability</i> (Keandalan) e. <i>Assurance</i> (Kepastian)	<i>Likert</i>
Etika Bisnis Islam (X <sub>2</sub> )	Penerapan etika bisnis yang sesuai dengan syariah Islam yang berlandaskan iman	a. Keadilan ( <i>'Adl</i> ) b. Kehendak Bebas ( <i>free</i> )	<i>Likert</i>

	<p>kepada Allah dan Rosul-Nya atau menjalankan perintah Allah dan menjauhi larangan Allah dan Rosulnya.</p>	<p><i>will</i>)</p> <p>c. Tanggung Jawab (<i>Responsibility</i>)</p> <p>d. Kebenaran</p>	
<p>Loyalitas Nasabah Y)</p>	<p>Sikap dalam menentukan pilihan untuk tetap menggunakan produk atau jasa dari suatu perusahaan untuk membuat komitmen dan melakukan pembelian secara berulang-ulang pada produk atau jasa perusahaan . Kesetiaan pada produk atau jasa Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar karena adanya hubungan yang baik dengan pihak bank merupakan bagian dari loyalitas</p>	<p>a. Transaksi Berulang</p> <p>b. Menggunakan produk/jasa lain.</p> <p>c. Rekomendasi kepada orang lain</p> <p>d. Kebal terhadap pesaing</p>	<p><i>Likert</i></p>



#### ***D. Penelitian Terdahulu***

Penelitian terdahulu digunakan peneliti sebagai bahan pembeda yang terkait kelemahan atau keunggulan penelitian yang sudah ada. Berikut rangkuman hasil pencarian informasi dari peneliti yaitu:

Retno Sri Rahayu (2018) melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Service Excellence* Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus: BNI Syariah KC Semarang)”. Variabel dari penelitian ini adalah indikator *service excellence* sebagai variabel independen yaitu *attitude (X1)*, *attention (X2)*, *action (X3)*, *ability (X4)*, *appearance (X5)*, *accountability (X6)*, Loyalitas Nasabah (Y), dan Kepuasan(Z). Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan kuesioner yang menggunakan skala interval. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 sampel dengan menggunakan *purposive sampling*. Dengan menggunakan *path analysis* hasil penelitian menunjukkan bahwa loyalitas nasabah dipengaruhi oleh *Service Excellent (Attitude, Attention, Action, Ability, Appearance, Accountability)*. Yang sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan Muhamad Khairul Ma’arif (2020)<sup>7</sup> dan Rahayu (2018)/ Namun berbeda dalam penelitian yang dilakukan Indah Nur Safitri (2020)<sup>8</sup> yang menyatakan bahwa loyalitas nasabah negative dan relevan tidak dipengaruhi oleh pelayanan prima.

Reza Saputra Nasution (2017)<sup>9</sup> yang melakukan penelitian dibank muamalat cabang padangsidempuan terkait etika bisnis islam sebagai variabel bebas dan loyalitas nasabah sebagai variabel terikat. Dalam penelitian ini menyatakan bahwa loyalitas positive dan relevan dipengaruhi oleh etika bisnis

---

<sup>7</sup> Muhamad Khairul Ma’arif (2020)

<sup>8</sup> Indah Nur Safitri (2020)

<sup>9</sup> Reza Saputra Nasution (2017)



islam. Sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sri Wahyuningrum (2020).<sup>10</sup>

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti menyimpulkan bahwa persamaan dalam penelitian ini dengan yang sebelumnya sama-sama menggunakan variabel dependen, variabel independen, objek yang sama, namun yang membedakan di sini yaitu adanya variabel intervening dan moderating pada penelitian sebelumnya; penggunaan variabel independen hanya satu namun ada yang lebih dari dua sedangkan penelitian ini hanya dua variabel independen yaitu pelayanan prima dan etika bisnis islam; tempat penelitian dan waktu penelitian.

Untuk lebih mendalami pembahasan mengenai penelitian terdahulu atau kajian pustaka diatas maka peneliti menambahkan penelitian yang sudah dibahas diatas dengan lebih rinci dalam tabel dibawah ini:

**Tabel 1.2**  
**Penelitian Terdahulu**

<i>Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah</i>				
<b>No</b>	<b>Nama peneliti, Tahun</b>	<b>Judul</b>	<b>Variabel</b>	<b>Hasil</b>
1.	Retno Sri Rahayu (2018)	Pengaruh <i>Service Excellence</i> Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel	Variabel X adalah indikator dari pelayanan prima: <i>attitude (X1)</i> , <i>attention (X2)</i> , <i>action</i>	<i>attitude (+)</i> , <i>attention (+)</i> , <i>action (+)</i> , <i>ability (+)</i> , <i>appearance (+)</i>

<sup>10</sup> Sri Wahyuningrum (2020)

		Intervening (Studi Kasus: BNI Syariah KC Semarang)	(X3), <i>ability</i> (X4), <i>appearance</i> (X5), <i>accountability</i> (X6), Loyalitas Nasabah (Y), dan Kepuasan(Z).	<i>accountability</i> (+)
2.	Garda Parwitasari, dkk (2017)	Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, Dan Kepuasan Nasabah Terhadap Loyalitas Pelanggan (Studi Pada Nasabah Tabungan PT BRI Tbk KC Purworejo)	Pelayanan Prima (X1), Kepercayaan(X2), Kepuasan Nasabah (X3) dan loyalitas nasabah (Y)	Pelayanan Prima (+), Kepercayaan(+), Kepuasan Nasabah (+)
3.	Erna Wahyuning sih, dkk(2019)	Analisis Pengaruh Pelayanan Prima, Kepercayaan, Dan Kepuasan Terhadap Loyalitas Nasabah Tabungan	Pelayanan Prima (X1), Kepercayaan(X2), Kepuasan Nasabah (X3) dan loyalitas	Pelayanan Prima (+), Kepercayaan(+), Kepuasan Nasabah (+)

		PT. Bank Mandiri (Persero) Tbk. di Jakarta Pusat	nasabah (Y)	
4.	Hardian Dwi Utomo, dkk (2015)	Peran Kepuasan Dalam Memediasi Pengaruh Implementasi <i>Service Excellence</i> Terhadap Loyalitas Nasabah PT.Bank Mandiri, Tbk Kota Banyuwangi	Kemampuan, <i>Service Excellence (X)</i> Terdiri Dari Sikap , Penampilan , Perhatian, Tindakan, Tanggung Jawab; Loyalitas Nasabah (Y); Dan Kepuasan (Z)	Kemampuan, <i>Service Excellence (+)</i> Terdiri Dari Sikap , Penampilan , Perhatian, Tindakan, Tanggung Jawab
5.	Steffi Melati Achlam, dkk (2013)	Analisis Pengaruh Pelayanan Prima Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas Nasabah	Pelayanan Prima (X), Kepuasan Nasabah Dan Loyalitas (Y)	Pelayanan prima (+)
6.	Dwi Kartikasari	Efektivitas Pelayanan Prima	Pelayanan prima (X), kepuasan	Pelayanan prima (+)

	& Dea Ariesta Syafitri (2015)	( <i>Service Excellent</i> ) Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Toko Obat Dewi Farma	(Y) dan loyalitas (Z)	
<i>Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah</i>				
1.	Sigid Sardiyanto (2019)	Analisis Pengaruh Promosi Dan Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Konsumen Resto Kampoeng Banyumili Salatiga	Promosi (X1), Etika Bisnis Islam (X2) Dan Loyalitas Nasabah (Y0	Promosi (+), Etika Bisnis Islam (+)

### ***E. Tujuan penelitian***

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai peneliti adalah :

1. Untuk mengetahui Pelayanan Prima berpengaruh terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makassar
2. Untuk mengetahui pengaruh Etika Bisnis terhadap loyalnya nasabah Bank Muamalat KC Makassar

## ***F. Manfaat Penelitian***

Ada dua hal yang mencakup manfaat dalam penelitian ini yaitu:

### **1. Manfaat Teoritis**

Hasil penelitian ini dapat dijadikan rujukan untuk menambah pengetahuan dan sebagai jendela untuk membuka cakrawala berpikir seseorang yang berkaitan dengan permasalahan seputar pelayanan prima, etika bisnis dan loyalitas nasabah. baik untuk peneliti sendiri maupun pihak-pihak lain.

### **2. Manfaat Praktis**

Secara praktis, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan acuan dan masukan pengetahuan untuk pengembangan pengetahuan lembaga keuangan syariah dan menjadi rujukan untuk peneliti selanjutnya.

Hasil penelitian ini dapat dijadikan referensi dan ukuran dalam pengambilan keputusan terkait pelayanan prima, etika bisnis dan loyalitas dalam memajukan perbankan syariah di Indonesia khususnya di Bank Muamalat KC Makassar serta bagi peneliti selanjutnya sebagai rujukan untuk penelitiannya.

## BAB II

### TINJAUAN TEORITIS

#### A. *Pelayanan Prima*

##### 1. Pengertian Pelayanan Prima

Pelayanan prima bukanlah istilah baru dalam dunia kerja. Pelayanan prima merupakan pelayanan terbaik atau pelayanan yang sangat memuaskan. Disebut sangat memuaskan atau terbaik karena sesuai dengan standar pelayanan yang berlaku atau dimiliki oleh instansi yang memberikan pelayanan serta memuaskan pelanggan. Instansi pelayanan harus memiliki standar pelayanan yang dapat menjadi ukuran dalam memuaskan pelanggan. Pelayanan disebut sangat baik atau terbaik atau akan menjadi prima, manakala dapat atau mampu memuaskan pihak yang dilayani (pelanggan). Jadi pelayanan prima dalam hal ini sesuai dengan harapan pelanggan.<sup>11</sup>

Sementara itu, membicarakan tentang pelayanan prima (*excellent service/service excellence*) sebenarnya merupakan bagian dari perbincangan seputar kualitas pelayanan. Pelayanan prima (*excellent service*) adalah satu bentuk pemberian layanan yang sangat memuaskan bagi para penerima pelayanan. Menurut teori kualitas layanan yang membandingkan antara persepsi (pelayanan yang dirasakan/diterima) dengan harapan (ekspektasi), pelayanan yang prima adalah apabila apa yang dirasakan jauh melebihi harapan dari penerima layanan.<sup>12</sup> Hal tersebut sebagaimana firman Allah Swt. dalam QS. Al-Maidah/5:2 yang berbunyi:

---

<sup>11</sup> Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Cet. 2; Bandung: Alfabeta, 2012), h.211

<sup>12</sup> Nurmah Semil, *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah: Kajian Kritis Pada Sistem Pelayanan Publik di Indonesia*, Edisi Pertama (Cet.1; Depok: Prenadamedia Group, 2018), h. 49

... وَتَعَاوَنُوا عَلَى الْبِرِّ وَالتَّقْوَىٰ ۖ وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ  
وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ ﴿٢﴾

Terjemahnya:

“....dan bantu-membantulah kamu dalam (berbuat) kebaikan dan takwa, dan jangan bantu-membantu dalam mengerjakan keburukan dan permushan. dan bertakwalah kamu kepada Allah, Sesungguhnya Allah benar-benar berat siksa-Nya.” (QS. Al-Maidah/5: 2)<sup>13</sup>

Menurut Kementrian Agama Saudi Arabia dalam Tafsir Al-Muyassar pada QS. Al-Maidah ayat 2, menjelaskan bahwa Allah SWT mensyariatkan agar manusia saling bantu-membantu dalam menjalankan apa yang di perintahkan-Nya dan senantiasa meninggalkan apa yang di larang-Nya.<sup>14</sup> Demikian halnya Memberikan pelayanan prima kepada umat manusia merupakan pekerjaan yang sangat mulia dan merupakan pintu kebaikan bagi siapapun yang mau melakukannya.<sup>15</sup>

Kasmir dalam bukunya, pelayanan yang baik adalah kemampuan perusahaan dalam memberikan kepuasan terhadap pelanggan, dengan standar yang telah ditetapkan. Dalam dunia perbankan syariah, penerapan konsep mengutamakan kepentingan pelanggan atau nasabah memerlukan pelayanan prima. Kemampuan tersebut bisa ditunjukkan oleh sumber daya manusia dan sarana serta pelaksanaan yang dimiliki. (Kasmir:2005:310)

<sup>13</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Makassar: CV.Pustaka Jaya Ilmu,2014), h.106

<sup>14</sup>“Tafsir web”, Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 2. <https://tafsirweb.com/1886-quran-surat-al-maidah-ayat-2.html> tgl 13 Juni 2020 pukul 19.46

<sup>15</sup> Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis Dengsn Hijrah Kepemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw.*, (Cet.1; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017), h.189



Keberhasilan bank syariah dalam memberikan pelayanan prima kepada nasabahnya dapat disebabkan oleh pelaku dan kepribadian pegawai banknya. Untuk memenuhi keinginan dan kebutuhan dari nasabah, pelayanan prima perlu dilakukan untuk memenangkan persaingan yang semakin ketat sebagai nilai tambah dari bank syariah itu sendiri. (Al Arif, 2012:212)

Jadi bisa disimpulkan bahwa pelayanan prima ialah pelayanan terbaik yang dilakukan oleh perusahaan sebagai bentuk kepedulian kepada pelanggan dengan menyediakan fasilitas kemudahan pemenuhan kebutuhannya untuk mewujudkan kepuasan pelanggan sehingga menciptakan loyalitas kepada perusahaan.

## **2. Tujuan dan fungsi pelayanan prima**

Tujuan pelayanan prima sebagai berikut:<sup>16</sup>

- a) Mencegah berpalingnya pelanggan dan membangun kesetiaan dengan nasabah menjadi loyal
- b) Memberikan rasa puas dan kepercayaan kepada pelanggannya.
- c) Menjaga pelanggan agar merasa diperhatikan dan dipentingkan segala kebutuhan dan keinginannya
- d) Upaya mempertahankan pelanggan agar tetap loyal menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan.

Menurut Daryanto (dalam Ma'arif 2020:36-37), pelayanan prima mempunyai fungsi yaitu:

- a) Keramahan, Ketepatan, dan Kecepatan dalam memberikan pelayanan.
- b) Terciptanya situasi dimana nasabah merasa dirinya diutamakan

---

<sup>16</sup> Nina Rahmayanty, *Manajemen Pelayanan Prima*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h.

- c) Memenangkan persaingan pasar dengan kualitas layanan yang dimiliki
- d) Menjadikan pelanggan puas
- e) Memberikan profit pada perusahaan.

### 3. Indikator Pelayanan Prima

Terdapat lima indikator dapat dipakai untuk mengukur pelayanan prima pada perbankan syariah yaitu:<sup>17</sup>

a) Bentuk fisik (*Tangibles*)

Kemampuan bank dalam menunjukkan eksistensinya pada pelanggan. Penampilan dan kemampuan sarana dan prasarana fisik bank dan lingkungan sekitarnya. Bentuk bangunan, tata ruang dan bentuk desain grafis bangunan yang menjadi ciri atau simbol bank syariah sehingga nasabah benar-benar percaya.

b) Ketanggapan (*responsiveness*)

Memberikan pelayanan yang cepat dan akurat sebagai upaya membantu nasabah dalam hal ini menunggu terlalu lama yang bisa menyebabkan kesan negatif terhadap kualitas layanan perbankan syariah.

c) Keandalan (*reability*)

Bank syariah mampu Memberikan pelayanan berkualitas sesuai yang diharapkan. Atau layak tidaknya suatu sistem layanan bank syariah melakukan fungsinya yang sesuai syariah.

d) Empaty (*empathy*)

Dengan memahami keinginan nasabah, pegawai bank syariah dapat memberikan perhatian yang tulus secara individual.

---

<sup>17</sup> M. Nur Rianto Al Arif, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* (Cet. 2; Bandung: Alfabeta, 2012), h..221

e) Jaminan (*Assurance*)

Menanamkan rasa percaya para nasabah merupakan hal yang harus dilakukan para pegawai bank baik dari segi pengetahuan maupun kesopansantunannya.

## **B. Etika Bisnis**

### **1. Pengertian Etika Bisnis**

Istilah etika berasal dari kata “*ethos*” dalam bahasa Yunani berarti kebiasaan (*custom*) atau karakter (*character*). Menurut Veithzal Rivai Zainal, Ilmu yang menerangkan tentang hak dan kewajiban moral (akhlak) seseorang dan menjelaskan tentang bagaimana yang baik ataupun yang buruk disebut etika.<sup>18</sup> Etika yang baik itu mencakup:

- a) Kejujuran (*Honesty*). Perkataan dan perbuatan sesuai dengan kebenaran yang ada.
- b) Ketetapan (*Reliability*). Menepati janji yang sudah dibuat baik itu tepat dalam ikrarnya, waktu, tempat, maupun syarat-syaratnya.
- c) Loyalitas. Setia terhadap janji-janjinya, organisasinya, teman-temannya serta semua yang ada dalam lingkungan sekitarnya.
- d) Disiplin. Taat terhadap aturan, sistem, prosedur, dan teknologi yang ditetapkan tanpa adanya unsur paksaan.<sup>19</sup>

Menurut kamus bahasa Indonesia, bisnis diartikan sebagai usaha dagang, yang komersial di dunia perdagangan dan bidang usaha. Skinner mendefinisikan bisnis sebagai pertukaran barang, jasa, atau uang yang saling menguntungkan atau

---

<sup>18</sup> Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Management: Meraih Sukses Melalui Praktis Manajemen Gaya Rasulullah Secara Istiqomah*, Edisi Pertama, (Cet.1; Yogyakarta: BPFE, 2013), h.472

<sup>19</sup> Pandji Anoraga, *Pengantar Bisnis*, (Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011), h. 133

memberi manfaat.<sup>20</sup> Bisnis dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan keuntungan (*profit*) mempertahankan keberlangsungan hidup perusahaan, pertumbuhan sosial, dan tanggung jawab sosial. Dari sekian banyak tujuan yang ada dalam bisnis, profit memegang peranan yang sangat berarti dan banyak dijadikan alasan tunggal didalam memulai bisnis.<sup>21</sup>

Menurut badroen mendefinisikan etika bisnis sebagai seperangkat nilai tentang baik, buruk, benar dan salah dalam dunia bisnis beradasarkan prinsip-prinsip moralitas. Dalam arti lain etika bisnis berarti seperangkat prinsip dan norma para pelaku bisnis harus komit padanya dalam bertransaksi, berperilaku, dan berelasi guna mencapai ‘daratan’ atau tujuan-tujuan bisnisnya dengan selamat.<sup>22</sup> Sedangkan menurut Veithzal Rivai Zainal dalam bukunya, Etika bisnis adalah ilmu yang memberikan batasan berupa aturan hubungan antarperorangan dengan kelompok dan antara kelompok dan pihak yang berkepentingan serta dengan khalayak ramai.<sup>23</sup>

Era digital saat ini, kita mungkin menjumpai para pelaku bisnis yang tidak sinkron dengan ajaran syariah islam. Banyak pelaku bisnis yang memperoleh keuntungan dengan menghalalkan berbagai cara untuk merih keuntungan sebanyak-banyaknya tanpa memikirkan akibat dari hal tersebut. Sebagaimana Allah berfirman dalam QS. Al-Baqarah/2: 188 yang berbunyi:

---

<sup>20</sup> Muhammad Ismail Yusanto Dan Muhammad Karebet Widjajakusuma, *Mengagas Bisnis Islam* (Jakarta: Gema Insania, 2002), h. 15

<sup>21</sup> Ika Yunia Fauzia, *Etika Bisnis dalam Islam*, (Jakarta: Kencana 2013), h. 5-6

<sup>22</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Edisi Pertama, (Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006), h. 15

<sup>23</sup> Veithzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Management: Meraih Sukses Melalui Praktis Manajemen Gaya Rasulullah Secara Istiqomah*, Edisi Pertama, (Cet.1; Yogyakarta: BPFE, 2013), h.473

وَلَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُمْ بَيْنَكُمْ بِالْبَاطِلِ وَتُدْلُوا بِهَا إِلَى الْحُكَّامِ لِتَأْكُلُوا  
فَرِيقًا مِّنْ أَمْوَالِ النَّاسِ بِالْإِثْمِ وَأَنْتُمْ تَعْلَمُونَ ﴿١٨٨﴾

Terjemahnya :

“Dan janganlah sebahagian kamu memakan harta sebahagian yang lain di antara kamu dengan jalan yang bathil dan (janganlah) kamu membawa (urusan) harta itu kepada hakim, supaya kamu dapat memakan sebahagian daripada harta benda orang lain itu dengan (jalan berbuat) dosa, Padahal kamu mengetahui.”<sup>24</sup>

Menurut Syaikh Muhammad sulaiman al-asqar dalam *zubdatuttafsir* menegaskan bahwa pada QS. Al-Baqarah ayat 188 tersebut merupakan larangan memakan harta dengan cara yang batil, karena sesungguhnya memakan harta dengan cara-cara batil telah diharamkan sepanjang masa dimana pun kejadiannya.<sup>25</sup> Demikian pula dalam menjalankan suatu bisnis hendaknya memahami etika bisnis terlebih dahulu, sehingga dapat melaksanakan bisnis sesuai dengan syariah islam karena etika bisnis telah memberikan batasan kepada setiap pelaku bisnis agar menjalankan bisnisnya dengan cara yang benar.

Menurut Muhammad dalam bukunya, *Al Qur'an dan as-Sunnah* merupakan landasan normative bagi pelaku bisnis yang melakukan kegiatan usaha sesuai dengan etika bisnis islam. Dalam melakukan bisnis, islam memberikan kebebasan seluas-luasnya kepada pemeluknya tetapi ada prinsip yang harus ditaati yang menjadi etika normatif sebagai seorang muslim dalam kegiatan operasional usahanya ialah sebagai berikut:

- a) Kewajiban seorang muslim ialah mencari nafkah, untuk itu melakukan kegiatan bisnis merupakan proses dalam mencari nafkah.

<sup>24</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an & Terjemahannya* (Makassar: Pusataka Jaya Ilmu, 2014), h. 29

<sup>25</sup> “ Akurat.Co”, Tafsir QS. Al. Baqarah Ayat 188. <https://akurat.co/tafsir-qs-al-baqarah-188-korupsi-dilarang-keras-oleh-agama> tanggal 13 juni 2021 pukul 19.50

- b) Mencari rezeki haruslah rezeki yang halal
- c) Menjalankan usahanya dengan penuh kejujuran
- d) Proses mencari rejeki merupakan bagian dari niat untuk mendekatkan diri kepada Allah dengan mengharap ridho-Nya
- e) Senantiasa menjaga lingkungan bisnis dengan tidak melakukan kerusakan dan pencemaran
- f) Dalam dunia bisnis, terjadi banyak persaingan namun jadikan hal tersebut sebagai ajang peningkatan prestasi yang sehat (*fastabikul al-khayrat*)
- g) Tidak mudah merasa puas terhadap pencapaian yang sudah didapatkan
- h) Menempatkan sesuatu pada tempatnya, misalnya menyerahkan pekerjaan sesuai dengan ahlinya bukan sembarang orang sekalipun keluarga sendiri. (Muhammad, 2004:21-22)

## 2. Indikator Etika Bisnis

Berdasarkan penelitian Metta Ehda Agusti (2019:25-31), indikator etika bisnis yang islami ialah:

### a. 'Adl (Keadilan)

Islam mewajibkan untuk berlaku adil dalam melakukan kegiatan bisnis tanpa terkecuali kepada semua pihak yang terlibat. Adil berarti menempatkan segala sesuatunya pada tempatnya atau sesuai ketentuan syariah karena setiap bagian punya haknya masing-masing<sup>26</sup> penerapan keadilan dalam dunia bisnis ini dilakukan agar seseorang seseorang tidak bertindak sewenang-wenang.

---

<sup>26</sup>Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Edisi Pertama, (Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006), h. 91



Misalnya dalam bank syariah, perhitungan bagi hasil mudharabah sesuai dengan kesepakatan diawal akad

b. *Free Will* (Kehendak Bebas)

Kebebasan merupakan kemampuan untuk berbuat sesuai apa yang diinginkannya. Dalam berkarya maupun bekerja tidak ada pembatasan dalam hal berpendapat untuk menyalurkan segala potensi yang dimilikinya.<sup>27</sup>

Berikut bentuk kebebasan antara lain:

- 1) Kebebasan jasamani. Kebebasan menggerakkan anggota tubuhnya sendiri
- 2) Kebebasan Moral. Kebebasan yang didapat dengan tidak adanya ancaman, tekanan maupun desakan
- 3) Kebebasan kehendak. Bebas berkehendak sesuai apa yang ada dalam pikirannya sendiri

c. *Responsibility*(Tanggung jawab)

Dalam islam, segala sesuatu yang diperbuat akan dipertanggung jawabkan kelak nanti diakhirat untuk setiap individu yang bernyawa. Oleh sebab itu setiap individu harus menjalankan tugas dan kewajibannya. Ketika dikaitkan dengan dunia bisnis maka perusahaan harus senantiasa menjalankan tanggung jawabnya kepada lingkungan sekitarnya dengan mengedepankan etika bisnis islam. Hal yang paling mendasar dalam tanggung jawab seorang pelaku bisnis ialah:

- 1) Bertanggung jawab kepada dirinya sendiri, melakukan sesuatu sesuai kata hatinya dalam hal kebaikan.
- 2) Bertanggung jawab atas amanah yang diberikan, dalam hal ini orang-orang yang telah mempercayai bisnisnya.

---

<sup>27</sup> Faisal Badroen, *Etika Bisnis Dalam Islam*, Edisi Pertama, (Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006), h. 96



- 3) Tanggung jawab kepada orang yang terlibat, misalnya antara atasan dan bawahan, sebagai atasan harus bertanggung jawab terhadap bawahannya dengan memperhatikan hak-haknya seperti gaji, cuti, bonus, tunjangan dan hak-hak lainnya.
- 4) Tanggung jawab kepada konsumen, dalam hal ini antara konsumen dan produsen yang saling membutuhkan satu sama lain.

d. Kebenaran.

Berbicara tentang kebenaran maka ada dua unsur yang terkandung didalamnya yaitu: kebajikan dan kejujuran. Tindakan yang dapat memberikan keuntungan kepada orang lain disebut sebagai kebajikan sedangkan dalam proses bisnis yang dikerjakan tanpa ada unsur penipuan sejalan dengan apa yang dikatakan dan yang dilakukan disebut sebagai kejujuran. Keharusan dalam menjalankan perjanjian atau kontrak kerja sama dalam transaksi merupakan salah satu prinsip kebenaran yang ada dalam Al-Quran.

Dari sikap kebenaran dimana ada nilai kebajikan dan kejujuran maka secara spontan akan lahir sebuah persaudaraan, dan fatner kerja yang saling memberi keuntungan, tanpa sedikit pun merasakan penyesalan maupun dirugikan.<sup>28</sup>

Bentuk kebenaran Menurut al Ghazzali ialah:

- 1) Mengambil margin keuntungan yang sedikit apabila seseorang sangat membutuhkannya dalam hal ini ada keharusan untuk menolongnya.
- 2) Membayar lebih dari harga yang ditawarkan dengan mengorbankan sedikit uang, apabila membeli dari orang yang kurang mampu

---

<sup>28</sup> Ekonomi: “*prinsip-prinsip etika bisnis yang islami*”  
<http://tipsbaserbi.blogspot.com/2015/01/prinsip-prinsip-etika-bisnis-islami.html?m=1> 18 juni 2021

- 3) Senantiasa untuk lebih Bijaksana dengan memberikan kelonggaran berupa tenggang waktu yang lebih lama bagi peminjam untuk bisa melunasi pinjamannya.
- 4) Memperbolehkan untuk *return* barang yang tidak sesuai pesanan walaupun sudah terjadi akad jual beli sebagai bentuk kebajikan.
- 5) Membayar pinjaman dengan tepat waktu atau tidak menunda-nuda pinjaman yang sudah jatuh tempo dan sang peminjam sadar akan kewajibannya dalam membayar hutangnya tanpa diminta

### 3. Etika Bisnis Islam dalam Pelayanan

Telah kita ketahui bahwa dalam memberikan pelayanan pegawai bank selalu dituntut agar dapat memuaskan nasabah tanpa melanggar harga diri atau etika. Dalam memberikan pelayanan juga diperlukan etiket, sehingga kedua belah pihak baik tamu maupun pegawai bank dapat saling menghargai.

Menurut Kasmir Secara umum etika pelayanan yang dapat diberikan oleh pegawai bank dalam rangka pelayanan adalah sebagai berikut<sup>29</sup> :

- a) Membiasakan untuk memberi salam pada saat bertemu nasabah. Misalnya *Assalamualaikum* bapak/ibu.
- b) Setelah memberi salam, kemudian Mempersilahkan tamu dengan sopan untuk masuk atau duduk ataupun saat diminta menunggu
- c) Membiasakan untuk selalu ramah dan murah senyum saat bertemu dengan nasabah.
- d) Ramah, sopan, dan lemah lembut merupakan hal yang harus dikedepankan saat akan bertanya tentang keperluan nasabah

---

<sup>29</sup> Kasmir , *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, (Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004), h. 176

- e) Saat meminta mengisi formulir ataupun menunggu sebentar wajib untuk mengucapkan tolong atau maaf
- f) Sebagai penutup transaksi ataupun saat menerima saran dari nasabah bisakan untuk mengucapkan terima kasih

Secara umum larangan dalam **etika pelayanan** adalah<sup>30</sup> :

- a) Dilarang berpakaian sembarangan, terutama pada saat jam kerja dan pada saat melayani nasabah
- b) Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil makan, minum, atau merokok, atau mengunyah sesuatu seperti permen karet.
- c) Dilarang melayani nasabah atau tamu sambil ngobrol atau bercanda dengan karyawan yang lain dalam kondisi apapun.
- d) Dilarang menampakkan wajah cemberut, memelas, atau sedih didepan nasabah atau tamu.
- e) Dilarang untuk berdebat atau berusaha menyanggah nasabah secara kasar atau tidak sopan.
- f) Dilarang meninggalkan nasabah pada saat banyak nasabah yang harus dilayani.
- g) Dilarang berbicara terlalu keras baik volume suara atau kata-kata.
- h) Dilarang keras meminta imbalan atau janji-janji tertentu kepada nasabah.

### **C. *Loyalitas Nasabah***

#### **1. Definisi Loyalitas Nasabah**

Menurut Oliver dalam buku Zainal (2017) menyatakan bahwa loyalitas merupakan komitmen yang dipegang secara mendalam untuk membeli atau

---

<sup>30</sup> Kasmir , *Pemasaran Bank*, Edisi Revisi, (Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004), h. 177

mendukung kembali produk atau jasa yang disukai dimasa depan, meski pengaruh situasi dan usaha pemasaran berpotensi menyebabkan pelanggan beralih.<sup>31</sup> Kesetiaan seseorang terhadap suatu objek tertentu sebagai arti dari loyalitas. Menurut Jill Griffin perilaku pembelian secara berulang-ulang dari waktu ke waktu yang dilakukan oleh pihak-pihak pengambilan keputusan disebut sebagai pelanggan yang loyal.<sup>32</sup>

Menurut Syafruddin Chan menyatakan bahwa pelanggan yang loyal akan memberi lebih banyak dan lebih sering, juga bertindak seperti penasihat untuk keluarga dan temannya untuk menjadi pelanggan.<sup>33</sup>

Berdasarkan pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa loyalitas nasabah berarti kesetiaan nasabah dengan melakukan pembelian produk/jasa bank secara berulang atau lebih sering dan sulit untuk berpindah kebank lain sekaligus mempromosikan produk/jasa bank yang digunakan kepada orang lain.

## 2. Karakteristik loyalitas nasabah

Menurut Griffin Nasabah yang loyal memiliki karakteristik yang terdiri dari beberapa indikator yaitu:

- a) Nasabah melakukan pembelian *product* atau jasa secara berulang dan teratur
- b) Melakukan pembelian pada semua lintas lini *product* atau jasa
- c) Melakukan *rekomendation* produk kepada orang lain. Nasabah menawarkan *product* atau jasa bank kepada orang lain.

---

<sup>31</sup> Veitshzal Rivai Zainal, dkk, *Islamic Marketing Manajement; Mengembangkan Bisnis Dengan Hijrah Kepemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah Saw*, (Cet. 1; Jakarta: Bumi Aksara, 2017), h.167

<sup>32</sup> Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), h.31

<sup>33</sup> Syafruddin Chan, *Relationship Marketing; Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2003), h.20

- d) Tidak tertarik (kebal) terhadap produk yang sejenis yang ditawarkan bank lain.<sup>34</sup>

### 3. Jenis-jenis loyalitas nasabah

Jenis-jenis loyalitas nasabah Menurut Ghiffin yaitu:<sup>35</sup>

a) *Tanpaloyalitas (No Loyalty)*

Nasabah jenis ini tidak mengembangkan produk yang digunakan. Nasabah ini dicirikan oleh keterlibatan yang rendah dikombinasikan oleh tingkat pembelian yang rendah pula disebabkan dengan adanya berbagai aspek. Oleh karena itu, perusahaan boleh menghindarinya, karena loyalitas nasabah ini tidak mungkin ada,

b) *Loyalitas yang lemah/Spurious Loyalty*

Tindakan pembelian yang relatif tinggi namun keterkaitan yang relatif rendah dapat dikatakan bahwa loyalitasnya masih lemah. Nasabah yang memiliki sikap ini biasanya membeli karena faktor sikap atau kebiasaan. Misalnya, pelanggan sulit membedakan merek dalam suatu produk dengan keterlibatan yang rendah, sehingga pembelian ulang hanya dilakukan atas dasar pertimbangan seperti adanya potongan harga dll.

c) *Loyalitas yang tersembunyi/Latent Loyalty*

Tindakan pembelian yang relatif rendah namun keterkaitan yang relatif tinggi dapat dikatakan bahwa loyalitasnya masih tersembunyi. Nasabah ini dipengaruhi oleh faktor situasi dan bukan karena sikap yang mempengaruhi pembelian berulang

---

<sup>34</sup>Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), h.31

<sup>35</sup>Jill Griffin, *Customer Loyalty: Menumbuhkan Dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan* (Jakarta: Erlangga, 2005), h.13

d) *Loyalitas/Loyalty*

Pelanggan yang paling diharapkan oleh perusahaan, dimana pelanggan memiliki keterkaitan yang tinggi disertai pembelian ulang yang tinggi pula dalam jangka waktu yang cukup lama. Para pelanggan merasa bangga karena telah menemukan dan menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan oleh perusahaan.

#### 4. Tahapan-Tahapan Loyalitas Nasabah

Tahapan Loyalitas nasabah Menurut Jill Ghiffin dalam Sitti Dwi Wulandari (2019: 47-48) adalah sebagai berikut:<sup>36</sup>

- a) Terduga (*Suspect*). Semua orang yang diyakini akan membeli produk barang atau jasa namun belum memiliki informasi terkait barang atau jasa dari perusahaan
- b) Prospek (*Prospect*). Orang yang memiliki kebutuhan akan barang atau jasa dan mempunyai kemampuan untuk membeli barang dan jasa meskipun belum membelinya tetapi ia tau keberadaan perusahaan barang atau jasa dari rekomendasi orang lain.
- c) Prospek Terkualifikasi (*Disqualified Prospects*). Orang yang mengetahui keberadaan barang atau jasa tetapi ia tidak memiliki kemampuan untuk membeli produk barang atau jasa perusahaan.
- d) Pelanggan Mula-Mula (*First Time Customers*). Pelanggan yang sudah melakukan pembelian pertama kalinya. Pelanggan ini baru dalam menggunakan produk atau jasa perusahaan

---

<sup>36</sup> Siti Dwi Wulandari, "Pengaruh Layanan E-Banking, Relationship Marketing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bri Syariah Kcp Magelang)", (Salatiga: Fak. Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2019), h. 47-48



- e) Pelanggan Berulang (*Repeat Customers*). melakukan pembelian berulang lebih dari 2 kali atau melakukan pula pembelian barang atau jasa pada kesempatan yang berbeda
- f) *Client* . Pelanggan melakukan pembelian semua produk barang atau jasa yang ditawarkan yang mereka butuhkan. Pelanggan ini akan membeli secara teratur dan tidak terpengaruh dengan produk atau jasa yang ditawarkan perusahaan lain.

### 5. Pandangan islam terkait loyalitas nasabah

Loyalitas nasabah merupakan hal yang menjadi kunci keberhasilan dari implementasi strategi pemasaran perusahaan. Loyalitas nasabah sering dikaitkan dengan adanya pembelian secara berulang sehingga perusahaan dapat memaksimalkan penjualan barang atau jasa dalam hal ini perusahaan dapat memperoleh profit yang besar. Loyalitas nasabah tidak langsung tercipta begitu saja melainkan harus melewati berbagai proses selangkah demi selangkah. Oleh sebab itu, untuk memenuhi segala kebutuhan dan keinginan nasabah, pihak perbankan syariah harus mampu atau jeli dalam melihat situasi yang ada pada nasabahnya pada tiap-tiap tahapan loyalitas nasabah.

Loyalitas dalam ajaran islam, berkaitan erat dengan dengan keimanan dan ketaqwaan seseorang menjadi hamba atau loyal kepada Tuhan-Nya dan Rasul-Nya, tanpa adanya keraguan dalam hatinya. Firman Allah SWT sebagaimana didalam QS. Al Hujarat/49:15 yang berbunyi:

إِنَّمَا الْمُؤْمِنُونَ الَّذِينَ آمَنُوا بِاللَّهِ وَرَسُولِهِ ثُمَّ لَمْ يَرْتَابُوا وَجَاهَدُوا بِأَمْوَالِهِمْ وَأَنْفُسِهِمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ أُولَٰئِكَ هُمُ الصَّادِقُونَ ﴿١٥﴾



Terjemahnya:

“Sesungguhnya orang-orang yang mukmin yang sebenarnya adalah mereka yang beriman kepada Allah dan Rasul-Nya, kemudian mereka tidak ragu-ragu dan mereka berjihad dengan harta dan jiwa mereka di jalan Allah. mereka Itulah orang-orang yang benar.”<sup>37</sup>

Menurut Kementrian Saudi Arabia dalam tafsir al-muyassar pada QS. Al-Hujarat ayat 15, menegaskan bahwa orang-orang yang yakin dan percaya kepada Allah dan Rasul-Nya, lalu tidak mencampuri keimanannya itu dengan keraguan dan berjuang dengan hartanya dan jiwanya di jalan Allah, mereka itulah orang-orang yang jujur dalam keimanannya.<sup>38</sup> Demikian halnya dengan Loyalitas, ketika nasabah sudah loyal terhadap perbankan maka ia akan melakukan pembelian produk/jasa bank secara berulang atau lebih sering dan sulit untuk berpindah kebank lain sekaligus mempromosikan produk/jasa bank yang digunakan kepada orang lain.

#### ***D. Pengaruh antar Variabel***

##### **1. Pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah**

Menurut Muhamad Khairul Ma'arif (2020), mengungkapkan bahwa pelayanan prima berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya semakin tinggi pelayanan prima semakin tinggi atau meningkat pula loyalitas nasabah.<sup>39</sup> Yang sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Rahayu (2018).<sup>40</sup> Namun dalam penelitian yang dilakukan oleh Indah Nur Safitri

---

<sup>37</sup> Departemen Agama RI, *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Makassar: CV.Pusat Jaya Ilmu, 2014), h.517

<sup>38</sup> “Tafsir web”. Qur'an Surah Al-Hujarat Ayat 15. <https://tafsirweb.com/9785-quran-surat-al-hujurat-ayat-15.html> tgl 13 juni 2021

<sup>39</sup> Muhamad Khairul Ma'arif (2020)

<sup>40</sup> Retno Sri Rahayu (2018)

(2020) mengungkapkan bahwa loyalitas nasabah negatif dan relevan tidak dipengaruhi oleh pelayanan prima.<sup>41</sup>

Dalam dunia bisnis, pelayanan prima merupakan faktor yang penting dapat mempengaruhi loyalitas nasabah untuk dapat bertahan dan berkembang. Menumbuhkan kepercayaan nasabah dengan memberikan Layanan jasa yang baik untuk memberikan rasa puas kepada nasabahnya. Dengan begitu Perusahaan akan memperoleh dampak positif dari kepuasan nasabah yaitu nasabah akan loyal. (Safitri, 2020:4)

Pola perilaku nasabah selanjutnya dipengaruhi oleh kepuasan atau ketidakpuasan pada *product* dan jasa yang telah digunakannya. Ketika nasabah melakukan pembelian secara berulang atau *product* dan jasa tersebut direkomendasikan kepada orang lain maka hal tersebut mengungkapkan bahwa sudah tercipta kepuasan dan loyalitas nasabah terhadap perusahaan. Namun berbeda jika nasabah tersebut tidak puas maka nasabah akan melakukan *complain* atau pun *return* barang yang pada akhirnya merusak citra perusahaan dan tidak akan ada loyalitas nasabah. (Puja, 2019:5)

Dalam islam sudah tidak asing lagi bahwa pelayanan prima dilakukann demi menjaga loyalitas nasabah. Dengan memprioritaskan nilai yang ada dalam maqasid syariah sebagaimana islam agama yang universal. Nilai-nilai tersebut dimaksudkan untuk mencapai kenyamanan, keamanan maupun kesejahteraan nasabah. (Safitri, 2020:5)

## **2. Pengaruh Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah**

Menurut Sri Wahyuningrum (2020) mengungkapkan bahwa etika bisnis islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah artinya

---

<sup>41</sup> Indah Nur Safitri (2020)

semakin tinggi pengaruh etika bisnis islam maka akan semakin tinggi atau meningkat pula loyalitas nasabah.<sup>42</sup> yang sejalan dengan hasil penelitian dari Nasution (2017)<sup>43</sup> dan Sardiyanto (2019)<sup>44</sup>

Pemahaman tentang etika merupakan hal yang sangat penting bagi perbankan karena perkembangan bank juga sangat dipengaruhi oleh etika yang diterapkan bank tersebut, dengan begitu banyak perbankan syariah yang mengutamakan etika dalam setiap layanannya.

Etika bisnis islam yang diterapkan oleh perbankan syariah, diharapkan mampu meningkatkan kinerja perbankan syariah dalam hal operasional internalnya, layanan jasa yang diberikan kepada nasabah, dan selalu membantu nasabahnya sehingga nasabahnya menjadi loyal. (Metta Ehda Agusti, 2019:2)

Loyalitas nasabah sangat dipengaruhi oleh etika bisnis islam. Adanya kedekatan emosional antara nasabah dan perusahaan dapat memberikan dorongan yang kuat untuk nasabah menjadi loyal. Dengan hubungan yang erat dalam jangka waktu panjang itu perusahaan dapat mampu memahami keinginan dan kebutuhan nasabahnya. Oleh karena itu, perusahaan harus mampu menyenangkan nasabah dan meminimalisir segala keluhan nasabah. Nasabah yang puas akan menjadi loyal dan semakin yakin dengan produk atau jasa perusahaan.<sup>45</sup> Kerja jangka panjang dapat dilakukan antara nasabah dan bank syariah apabila ada kejujuran dalam bisnis tersebut, dalam hal ini etika bisnis islam dapat mengikat keduanya.

Dengan menerapkan etika bisnis islam dapat menimbulkan kepercayaan nasabah atau masyarakat terhadap bank tersebut. Nasabah akan merasa dilayani

---

<sup>42</sup> Sri Wahyuningrum (2020)

<sup>43</sup> Reza Saputra Nasution (2017)

<sup>44</sup> Sigid Sardiyanto (2019)

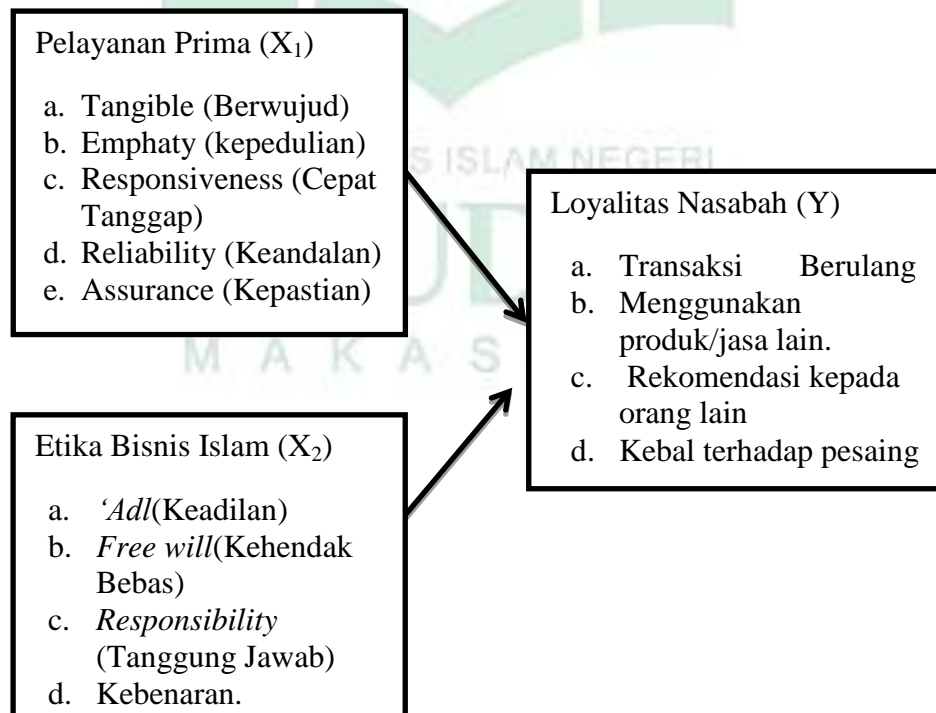
<sup>45</sup> Sigid Sardiyanto (2019)

secara etis sehingga akan memunculkan kepuasan kepada nasabah. Apabila nasabah puas dengan etika pelayanan yang diberikan oleh bank tersebut maka akan dipastikan nasabah akan loyal dalam menggunakan produk maupun jasa didalam bank tersebut. (Saputra: 2017:6)

### E. Kerangka Berpikir

Kerangka pikir adalah narasi (uraian) atau pernyataan (proposisi) tentang kerangka konsep pemecahan masalah yang telah diidentifikasi atau dirumuskan. Kerangka pemikiran disajikan untuk menggambarkan hubungan dari variabel independen, dalam hal ini adalah Service Excellent ( $X_1$ ) dan Etika Bisnis Islam ( $X_2$ ) terhadap variabel dependen yaitu Customer Loyalty (Y), yaitu sebagai berikut :

**Gambar 2.1**  
**Kerangka Berpikir**



## ***F. Hipotesis***

Hipotesis adalah suatu penjelasan sementara tentang perilaku, fenomena atau keadaan tertentu yang telah terjadi atau akan terjadi. Hipotesis merupakan pernyataan peneliti tentang hubungan antara variabel-variabel dalam penelitian serta merupakan pernyataan yang paling spesifik. Peneliti bukannya bertahan kepada hipotesis yang telah disusun, melainkan mengumpulkan data untuk mendukung atau justru menolak hipotesis tersebut. Dengan kata lain, hipotesis merupakan jawaban sementara yang disusun oleh peneliti yang kemudian akan diuji kebenarannya melalui penelitian yang dilakukan.

Berdasarkan penjabaran teori dan kajian pustaka diatas , maka selanjutnya peneliti mencoba menggunakan hipotesis atau jawaban sementara yaitu:

### **1. Diduga ada pengaruh pelayanan prima berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah**

Menurut Muhammad Khairul Ma'arif (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa Pelayanan Prima berpengaruh terhadap loyalitas nasabah bank BRI Syariah cabang Semarang. Semakin tinggi pelayanan prima maka akan semakin tinggi atau meningkat pula kepuasan nasabah sehingga nasabah bisa loyal terhadap bank syariah.

Menurut Anggraeni dan Deni (2017) pengaruh Pelayanan Prima terhadap loyalitas nasabah menyatakan bahwa loyalitas positif dan relevan dipengaruhi oleh pelayanan prima pada BSM KC Ulak Karang Padang.

Jadi susunan hipotesisnya ialah:

$H_1$  : Pelayanan Prima Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah

## 2. Diduga ada pengaruh Etika Bisnis Islam berpengaruh terhadap Loyalitas Nasabah

Berdasarkan penelitian terdahulu, menurut Resa Saputra Nasution (2017) yang dilakukan di BMI Cabang padangsidiempuan. Dalam penelitian ini menyatakan adanya pengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah. Sejalan dengan penelitian dari Sigid Sardiyanto (2019) dimana Etika Bisnis Islam berpengaruh positif dan signifikan terhadap loyalitas konsumen.

Sehingga hipotesis disusun sebagai berikut :

$H_2$  : Etika Bisnis Islam Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah

**Tabel 2.1 Hipotesis**

No.	Hipotesis
$H_1$	Pelayanan Prima Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah
$H_2$	Etika Bisnis Islam Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah ( <i>Customer Loyalty</i> )



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Lokasi dan Waktu penelitian**

##### **1. Jenis Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan peneliti adalah penelitian kuantitatif. Yang menggunakan data berbentuk angka atau diangkakan.<sup>46</sup> Penelitian kuantitatif ini adalah suatu proses menemukan pengetahuan yang menggunakan data berupa angka sebagai alat menemukan keterangan mengenai pengaruh penerapan pelayanan prima sebagai Variabel  $X_1$  dan Etika bisnis sebagai variabel  $X_2$  sedangkan yang menjadi variabel Y adalah loyalitas nasabah Bank Muamalat Indonesia Cabang Makassar.

##### **2. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian**

Lokasi yang menjadi target peneliti adalah Bank Muamalat Indonesia Kantor Cabang Makassar yang berlokasi di Jl. Sam Ratulangi kota Makassar, Sulawesi Selatan. Sedangkan Waktu penelitian dilaksanakan mulai dari bulan Mei - Juni

#### **B. Populasi dan Sampel**

##### **a. Populasi**

Populasi adalah keseluruhan jumlah yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai karakteristik dan kualitas tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk diteliti dan kemudian ditarik kesimpulannya.<sup>47</sup> Menurut Suliyanto “populasi merupakan keseluruhan

---

<sup>46</sup> Sugiono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung:Alfabeta,2005), h.13

<sup>47</sup> V Wiranta Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta:Pustaka Baru Press,2015), h. 80



subjek yang karakteristiknya hendak diteliti”<sup>48</sup>. Jadi, dapat disimpulkan bahwa populasi adalah keseluruhan subjek yang akan menjadi sumber data penelitian. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah Bank Muamalat Indonesia kantor Cabang Makassar .

b. Sampel.

Proses pengambilan sebuah komponen secukupnya dari jumlah populasi yang diteliti disebut sampel..<sup>49</sup> Menurut Mudrajad Kuncoro, sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.<sup>50</sup> Jadi, sampel merupakan bagian dari populasi yang diharapkan dapat mewakili populasi dari penelitian. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian elemen dari populasi merupakan sampel.

Ukuran pengambilan sampel yang dilakukan dengan memakai rumus maholtra. Penggunaan rumus maholtra sangat cocok untuk populasi yang jumlahnya tidak dapat diidentifikasi dengan jelas atau sifatnya tersembunyi . Cara menggunakan rumus ini dengan cara cukup mengalikan 5 dari total seluruh pertanyaan dalam kuesioner. (Sugiyono, 2009:105). Dalam penelitian ini terdapat 20 item pertanyaan yang dimana terdiri dari 7 item pertanyaan untuk variabel pelayanan prima (X1), 8 item pertanyaan untuk variabel etika bisnis (X2) dan sisanya 5 item pertanyaan untuk variabel loyalitas nasabah (Y). Jadi total sampel yang diteliti yaitu  $5 \times 20$  item pertanyaan = 100 responden.

---

<sup>48</sup> Suliyanto, *Metode Riset Bisnis* (Yogyakarta:Andi,2009), h.96

<sup>49</sup> Suharmisi Arikunto, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*, (Jakarta:PT. Rineka Cipta,2006), h. 131

<sup>50</sup> Mudrajad Kuncoro, *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga,2013), h.122

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *simple random sampling* yaitu pengambilan sampel yang dilakukan dengan cara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi yang homogen. Hal ini dilakukan agar sampel terdistribusi dengan baik, maka populasi juga harus dibuat acak atau tidak urut.<sup>51</sup>

### C. Sumber Data

Dalam penelitian ini ada dua sumber yang digunakan peneliti yaitu data primer dan data sekunder.<sup>52</sup>

- a. Data primer, data yang dikumpulkan secara langsung oleh peneliti untuk menjawab masalah atau tujuan penelitian yang dilakukan dalam penelitian eksploratif, deskriptif maupun kausal dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa survey ataupun observasi. Untuk penelitian ini data primer bersumber dari keseluruhan jumlah nasabah pada Bank Muamalat KC Makassar terkait Pelayanan Prima, Etika bisnis, dan Loyalitas Nasabah.
- b. Data sekunder, merupakan struktur data historis mengenai variabel-variabel yang telah dikumpulkan dan dihimpun sebelumnya oleh pihak lain atau data yang diperoleh secara tidak langsung dari subjek penelitian. Untuk penelitian ini data sekunder diperoleh dari Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar, jurnal, skripsi dan buku-buku yang relevan.

---

<sup>51</sup> Husain Umar, *Metode Riset Bisnis* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2003), h. 138

<sup>52</sup> Asep Hermawan Dan Husna Laila Yusran, *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Edisi Pertama* (Depok: Kencana, 2017), h. 115

#### D. Instrumen pengumpulan data

Instrumen adalah suatu alat yang digunakan oleh peneliti dalam mengumpulkan data. Adapun instrumen pengumpulan data yang sebagai berikut:

##### a. Kuesioner

kuesioner merupakan sebuah Teknik pengumpulan data dengan membagikan beberapa pernyataan terlulis kepada responden yang dijadikan sampel dalam penelitian. Oleh karena itu sebelum membagikan kuesionernya, agar lebih efisien peneliti harus betul-betul mengetahui permasalahan responden terkait variabel yang akan diteliti dan harus paham hal yang diinginkan responden. (Sugiono, 2015:142)

Dalam penelitian ini, bentuk kuesioner menggunakan model tertutup dengan menyediakan alternatif jawaban bagi responden dan dengan menggunakan skala likert. Berikut tabel penggunaan skala likers:

**Tabel 3.1**

**Skor Alternatif Atas Jawaban Kuesioner**

Kategori Jawaban	Skor Sifat Pertanyaan
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Selanjutnya, dalam penelitian ini peneliti membuat tabel kisi-kisi angket yang akan dijawab oleh responden yaitu:

Tabel 3.2

## Kisi-kisi angket

No	Variabel X dan Y	Indikator penilaian
1.	Pelayanan Prima Karyawan ( $X_1$ )	a. Tangible (Berwujud) b. Emphaty (kepedulian) c. Responsiveness (Cepat Tanggap) d. Reliability (Keandalan) e. Assurance (Kepastian)
2.	Etika Bisnis Karyawan ( $X_2$ )	a. <i>'Adl</i> (Keadilan) b. <i>free will</i> (Kehendak Bebas) c. <i>Responsibility</i> (Tanggung Jawab) d. Kebenaran.
3.	Loyalitas Nasabah (Y)	a. Transaksi Berulang b. Menggunakan produk/jasa lain. c. Rekomendasi kepada orang lain d. Kebal terhadap pesaing

b. Studi Kepustakaan

Studi kepustakaan adalah penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari sumber pustaka (bacaan) baik berupa buku-buku, hasil penelitian, dan bahan bacaan yang lainnya.<sup>53</sup>

c. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan catatan yang sudah berlaku, bisa dalam bentuk tulisan, gambar atau karya seni dari seseorang. Dokumen dapat berbentuk tulisan, misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, peraturan dan lain-lain. Dokumentasi dilakukan untuk membuktikan bahwa penelitian ini benar-benar dilaksanakan dengan menyebar kuesioner kepada nasabah.

## ***E. Teknik Analisis Data***

### **1. Uji Validitas**

Analisis dan pengolahan data dilakukan setelah semua data terkumpul dari instrument oengumpulan data dalam hal ini menggunakan kuesioner. dalam penelitian ini memanfaatkan program dari SPSS (*statistical product and service solution*) dengan tipe IBM SPSS statistics 25.

Untuk menunjukkan valid tidaknya suatu pernyataan maka diperlukan uji validitas. Uji validitas dimanfaatkan untuk menguji kevalidan dan kesahihan suatu pernyataan. Dengan menggunakan kuesioner, keabsahan suatu data dapat diukur apabila  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka data dikatakan valid (Sarwono, 2012:130).

### **2. Uji Reliabilitas**

Jika dilakukan pengukuran ulang maka penting dilakukan uji reliabilitas sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengetahui konsistensi pernyataan dalam

---

<sup>53</sup> Supardi, *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis* (Yogyakarta: UII Press, 2005), h.34

kuesioner yang dijadikan sebagai alat ukur. Teknik *Croanbach Alpa* digunakan dalam pengujian reliabilitas dengan memanfaatkan program IBM SPSS Statistics 25. Dikatakan data reliabel apabila pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam kuesioner memiliki nilai *croanbach alpa*  $>0,60$ , sebaliknya data tidak reliabel apabila pernyataan-pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai *croanbach alpa*  $<0,60$ .

### **3. Uji Asumsi Klasik**

#### **a. Uji Normalitas**

Untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal maka perlu dilakukan uji normalitas. Terdistribusi normal atau tidak dapat diukur dengan melihat kedua model regresi variabel dependen dan variabel independen sebagai tujuan dari uji normalitas. syaratnya apabila nilai *Asymp.Sig*  $>0.05$  maka data berdistribusi normal.

#### **b. Uji Linieritas**

Uji linieritas dilakukan untuk melihat linieritas hubungan antar variable terikat (Y) dengan variable bebas (X). Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dengan variabel dependen. Jika nilai *Sig.*  $> 0,1$  maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai *Sig.*  $< 0,1$  maka dinyatakan tidak linier.

#### **c. Uji Multikolinearitas**

Untuk melakukan pengujian multikolinearitas maka diperlukan perhitungan nilai *tolerance* dan *VIF* (*Variance Inflation Factor*) yang dideteksi dengan menganalisis matriks korelasi variabel bebasnya. Syarat ditetapkan bahwa

data tidak mengandung multikolinearitas yaitu nilai tolerance tidak lebih kecil 0,1 dan nilai VIF tidak lebih besar 10.

#### 4. Uji Hipotesis

Dalam menguji sebuah hipotesis maka peneliti menggunakan pengujian data sebagai berikut:

##### a. Analisa Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui hubungan kedekatan antara variabel independen (X) yaitu pelayanan prima dan etika bisnis dengan variabel dependen (Y) yaitu loyalitas nasabah, maka digunakan analisis regresi linear berganda. Bentuk persamaanya yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

Y : Loyalitas Nasabah (Variabel terikat)

$\alpha$  : Konstanta.

$\beta_1$  &  $\beta_2$  : Koefisien regresi masing-masing variabel

X1 : Pelayanan Prima (Variabel Bebas)

X2 : Etika Bisnis (Variabel Bebas )

##### b. Uji-T (Uji Parsial)

Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari masing-masing variabel bebas (X) Terhadap variabel terikat (Y) secara parsial. Syarat pengambilan keputusan dalam Uji T antara lain:

Jika  $\text{Sig} < \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, dan

Jika  $\text{Sig} > \alpha$  (0,05) maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak



### c. Uji-F (Uji Simultan)

Pengujian Hipotesis yang dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen secara bersama-sama maka pengujian menggunakan Uji Simultan (Uji-F). Syarat pengambilan keputusan dalam Uji F yaitu:

- 1) Jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, kesimpulannya ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.
- 2) Jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak, kesimpulannya tidak ada pengaruh signifikan antara variabel independen dengan variabel dependen.

### 5. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Untuk mengetahui seberapa baik garis regresi sampel sinkron dengan datanya maka perlu dilakukan uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ). Dengan menggunakan uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) maka diketahui Besarnya kontribusi presentase dari pelayanan prima dan etika bisnis terhadap loyalitas nasabah. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar  $R^2$  mendekati 1, maka semakin baik hasil untuk memperoleh model regresi tersebut dan semakin mendekati 0, maka variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen (Sugiono. 2008).

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### ***A. Deskripsi umum PT Bank Muamalat Indonesia Tbk.***

##### **1. Sejarah umum PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk**

Perkembangan bank-bank syariah dinegara-negara Islam pada abad ke-19 memberikan pengaruh besar terhadap Indonesia. Inisisatif pendirian bank islam Indonesia dimulai pada tahun 1980 melalui diskusi-diskusi bertemakan bank islam sebagai pilar ekonomi islam. Beberapa uji coba gagasan perbankan islam dalam skala yang relatif terbatas mulai dipraktekkan diantaranya Koperasi Ridho Gusti di Jakarta dan Bait At-Tanwil Salman ITB di Bandung. Tahun 1990, Majelis Ulama Indonesia (MUI) menyelenggarakan lokakarya bunga bank dan perbankan di Jawa Barat. Hasil lokakarya tersebut dibahas lebih mendalam pada Musyawarah Nasional IV MUI yang menghasilkan amanat pembentukan kelompok kerja pendirian Bank Islam di Indonesia yang disebut Tim perbankan MUI dengan tugas melakukan pendekatan dan konsultasi dengan semua pihak terkait.

Hasil kerja tim perbankan MUI ialah berdirinya bank syariah pertama di Indoenesia yaitu PT Bank Muamalat Indonesia (BMI), berdasarkan akte pendiriannya, berdiri pada tanggal 1 November 1991 Masehi atau 24 Rabiul Akhir 1412 H, dibuat dihadapan Yudo paripurno, SH, Notaris di Jakarta. Sejak tanggal 1 Mei 1992 atau 27 syawal 1412 H, BMI resmi beroperasi dengan modal awal sebesar Rp. 106.126.382.000,-. Bank Muamalat setelah terdaftar sebagai bank public namun belum terdaftar di BEI (Bursa Efek Indonesia), kemudian dua tahun setelahnya izin untuk menjadi Bank Devisa dapat diperoleh Bank Muamalat Indonesia pada tanggal 27 oktober 1994.

Tahun 2003 Bank Muamalat Indonesia menjadi lembaga perbankan pertama di Indonesia yang mengeluarkan susuk Subordinasi Mudharabah. Selanjutnya Dana Pensiun Lembaga Keuangan Muamalat, Multifinance syariah, dan Asuransi syariah, merupakan produk-produk inovasi keuangan syariah yang dikembangkan oleh Bank Muamalat Indonesia. Selain itu, produk Shar-e yang diluncurkan pada tahun 2004 juga merupakan tabungan instan pertama di Indonesia. Produk Share-e Gold Debit Visa yang di luncurkan pada tahun 2011 memperoleh Meseum Rekor Indonesia (MURI) sebagai Kartu debit syariah dengan teknologi chip pertama di Indonesia.

Seiring berkembangnya BMI yng semakin diakui , BMI semakin melebarkan sayapnya dengan terus menmbah jaringan kantor cabangnya tidak hanya di Indonesia tetapi juga keluar negeri. Tahun 2009, BMI mendapatkan izin untuk membuka kantor cabang di Kuala Lumpur, Malaysia dan menjadi bank pertama di Indonesia serta satu-satunya yang mewujudkan ekspansi di Malaysia. Sampai saat ini, BMI sudah memiliki 249 kantor layanan termasuk 1 kantor cabang di Malaysia. Operasional bmi juga didukung oleh jaringan layanan yang luas berupa 619 unit ATM Muamalat, 120.000 jaringan ATM Bersama dan ATM Prima serta 55 unit Mobil kas keliling. (Bank muamalat)

BMI tidak pernah berhenti untuk berkembang dan terus berinovasi untuk menjadi bank syariah dengan melakukan pertumbuhan jangka panjang dan semakin unggul serta dapat mewujudkan visi dan misi Bank Muamalat Indonesia dengan strategi bisnis yang terencana.

## **2. Visi & Misi PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk**

### **a. Visi PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk**

“Menjadi bank syariah terbaik dan termasuk dalam 10 besar bank di Indonesia dengan eksistensi yang diakui di tingkat regional”

### **b. Misi PT Bank Muamalat Indonesia, Tbk**

Membangun lembaga keuangan syariah yang unggul dan berkesinambungan dengan penekanan pada semangat kewirausahaan berdasarkan prinsip kehati-hatian, keunggulan sumber daya manusia yang islami dan professional serta orientasi investasi yang inovatif, untuk memaksimalkan nilai kepada seluruh pemangku kepentingan.

## **3. Produk-produk Bank Muamalat**

### **Penghimpunan dana:**

#### **a. Tabungan**

- 1) TabunganKu
- 2) Tabungan Muamalai iB
- 3) Tabungan simple iB
- 4) Tabungan iB Muamalat Rencana.
- 5) Tabungan Muamalat Dollar
- 6) Tabungan Muamalat Pos
- 7) Tabungan iB Muamalat Prima
- 8) Tabungan iB Muamalat Haji dan Umrah

#### **b. Deposito.**

- 1) Deposito Full Invest
- 2) Deposito Mudharabah iB.

**c. Giro**

- 1) Giro Muamalat Attijary Corporate iB
- 2) Giro Muamalat Ultima iB

**Pembiayaan :**

**a. Konsumen**

- 1) Pembiayaan Hunian Syariah
- 2) Auto Muamalat
- 3) Pembiayaan Anggota Koperasi

**b. Pengusaha**

- 1) Pembiayaan LKM Syariah
- 2) Pembiayaan modal kerja
- 3) Pembiayaan rekening Koran syariah
- 4) Pembiayaan jangka pendek BPRS iB

**c. Investasi.**

- 1) Pembiayaan Hunian Syariah Bisnis
- 2) Pembiayaan Investasi

**Jasa Bank Muamalat:**

**a. Internasional Banking**

- 1) Remittance
- 2) Trade Finance

**b. Layanan 24 Jam**

- 1) SalaMuamalat
- 2) Internet Benking Muamalat
- 3) MuamalatMobile

## **B. Deskripsi Penelitian**

### **1. Karakteristik Responden**

Penyebaran Kuesioner dilakukan sebanyak 100 orang responden yang menjadi nasabah PT Bank Muamalat Indonesia Tbk Kantor Cabang Utama Makassar. Proses pendeskripsian dan penjabaran identitas nasabah melalui penggolongan dalam karakteristik responden yang didapat pada kuesioner pada identitas data responden terdiri dari: *gender* (jenis kelamin), umur, pendidikan dan seberapa lama menjadi nasabah Bank muamalat.

Untuk memperjelas karakteristik responden yang dimaksud, maka akan disajikan table mengenai data responden berikut ini:

#### **a. Berdasarkan Jenis Kelamin**

Adapun klasifikasi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dilihat pada table 4.1

**Tabel 4.1**

**Karakteristik Responden berdasarkan jenis kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
1	Laki-Laki	66	66%
2	Perempuan	34	34%
	Jumlah	100	100%

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 66 orang (66%), sedangkan sisanya merupakan responden yang berjenis kelamin laki-laki Sebanyak 34 orang ( 34%)

**b. Berdasarkan Umur**

Berikut pengelompokan dari karakteristik responden berdasarkan Umur pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.2**

**Karakteristik Responden berdasarkan umur**

No.	Umur	Total	Presentase
1.	21 s/d 30 Tahun	95	95%
2.	31 s/d 40 Tahun	3	3%
3.	Lebih dari 41 Tahun	2	2%
	<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100 %</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden yang berumur 21 s/d 30 tahun pengaruhnya lebih dominan di banding umur-umur yang lain dengan porsi sebanyak 95 responden (95%), umur 31 s/d 40 tahun sebanyak 3 responden (3%) dan sisanya sebanyak 2 responden (2%) yang berumur lebih dari 41 tahun.



**c. Berdasarkan Pendidikan**

Berikut pengelompokan dari karakteristik responden berdasarkan pendidikan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.3**

**Karakteristik Responden berdasarkan Pendidikan**

No	Pendidikan	Jumlah	Presentase
1	SLTA/Sederajat	75	75%
2	Diploma D3	3	3%
3	Sarjana S1	16	16%
4	Sarjana S2	4	4%
5	Sarjana S3	2	2%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden yang pendidikannya sampai SLTA/Sederajat sebanyak 75 orang (75%), responden yang pendidikannya sampai Diploma D3 sebanyak 3 orang (3%), responden yang pendidikannya sampai Sarjana S1 sebanyak 16 orang (16%), responden yang pendidikannya sampai Sarjana S2 sebanyak 4 orang (4%), dan sisanya merupakan responden yang pendidikannya sampai Sarjana S3 sebanyak 2 orang (2%).

**d. Berdasarkan Berapa Lama menjadi nasabah**

Adapun klasifikasi responden berdasarkan Berapa lama menjadi nasabah dapat dilihat pada tabel 4.4

**Tabel 4.4**

**Karakteristik Responden berdasarkan Berapa Lama menjadi nasabah**

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	< 6 Bulan	18	18%
2	6 – 12 Bulan	18	18%
3	1 – 2 Tahun	29	29%
4	>2 Tahun	35	35%
	<b>Jumlah</b>	<b>100</b>	<b>100%</b>

Sumber: Data Primer yang diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas menunjukkan bahwa responden dalam penelitian ini lebih didominasi oleh responden yang sudah menjadi nasabah lebih dari 2 tahun sebanyak 35 orang (35%), responden yang sudah menjadi nasabah 1 sampai 2 tahun sebanyak 29 orang (29%), responden yang sudah menjadi nasabah 6 sampai 12 bulan sejumlah 18 orang (18%), dan sisanya merupakan nasabah yang kurang dari 6 bulan sebanyak 18 orang (18%).

## **2. Deskripsi Data Penelitian**

Untuk mendapatkan jawaban dari masing-masing variabel maka akan dikaitkan pada rentang skor jawaban responden berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan terhadap 100 responden pada nasabah PT Bank Muamalat Tbk

Kantor Cabang Utama Makassar dalam bentuk kuesioner yang telah dibagikan peneliti.

**a. Deskripsi: Variabel Pelayanan Prima**

Persepsi responden terhadap Pelayanan Prima sebagai variabel independen dikemukakan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.5**  
**Variabel Pelayanan prima**

No.	Pernyataan	Nilai/Skor					Total
		STS	TS	RR	S	SS	
1.	X1.1	6	5	2	36	51	100
2.	X1.2	4	6	16	44	30	100
3.	X1.3	6	5	2	40	47	100
4.	X1.4	6	6	1	37	50	100
5.	X1.5	5	7	3	33	52	100
6.	X1.6	4	6	5	47	38	100
7.	X1.7	5	5	7	45	38	100

Sumber Data Primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.5 menjelaskan bahwa dari 7 item pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti, tanggapan responden didominasi oleh tanggapan **sangat setuju**. Item pernyataan yang mendominasi tanggapan **sangat setuju** yaitu item pernyataan X1.1 sebesar 51 tanggapan, X1.3 sebesar 47 tanggapan, X1.4 Sebesar 50 tanggapan, dan X1.5 Sebesar 52 tanggapan. Sedangkan sisanya tanggapan **setuju** yaitu item pernyataan X1.2 Sebesar 44 tanggapan, X1.6 Sebesar 47 tanggapan, dan X1.7 Sebesar 45 tanggapan.

**b. Deskripsi: Variabel Etika Bisnis**

Persepsi responden terhadap Etika Bisnis sebagai variabel independen dikemukakan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.6**

**Variabel Etika Bisnis**

No.	Pernyataan	Nilai/Skor					Total
		STS	TS	RR	S	SS	
1.	X2.1	4	9	8	41	38	100
2.	X2.2	3	9	12	42	34	100
3.	X2.3	5	6	14	36	39	100
4.	X2.4	4	8	11	43	34	100
5.	X2.5	5	6	8	43	38	100
6.	X2.6	5	7	3	45	40	100
7.	X2.7	3	9	4	57	27	100
8.	X2.8	6	6	9	48	31	100

Sumber Data Primer yang diolah, 2021

Pada tabel 4.6 menjelaskan bahwa dari 8 item pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti, tanggapan responden didominasi oleh tanggapan **setuju**. Item pernyataan yang mendominasi tanggapan **setuju** yaitu item pernyataan X2.1 sebesar 41 tanggapan, X2.2 sebesar 42 tanggapan, X2.4 Sebesar 43 tanggapan, X2.5 Sebesar 43 tanggapan, X2.6 Sebesar 45 tanggapan, X2.7 Sebesar 57 tanggapan, dan X2.8 Sebesar 48 tanggapan. Sedangkan sisanya tanggapan **sangat setuju** yaitu item pernyataan X2.3 Sebesar 39 tanggapan,

**c. Deskripsi: Variabel Loyalitas Nasabah**

Persepsi responden terhadap Loyalitas Nasabah sebagai variabel dependen dikemukakan pada tabel dibawah ini:

**Tabel 4.7**

**Variabel Loyalitas Nasabah**

No	Pernyataan	Skor					Jumlah
		STS	TS	RR	S	SS	
1	Y.1	3	8	15	49	25	100
2	Y.2	4	9	15	50	22	100
3	Y.3	2	10	16	49	23	100
4	Y.4	4	13	23	44	16	100
5	Y.5	2	13	30	43	12	100

Sumber Data Primer yang diolah,2021

Pada tabel 4.7 menjelaskan bahwa dari 5 item pernyataan yang telah disediakan oleh peneliti, jawaban responden didominasi oleh jawaban **setuju**. Item pernyataan yang mendominasi tanggapan **setuju** yaitu item pernyataan Y.1 sebesar 49 tanggapan , Y.2 sebesar 50 tanggapan, Y.3 Sebesar 49 tanggapan, Y.4 Sebesar 44 tanggapan, dan Y.5 Sebesar 43 tanggapan.

**C. Analisis dan Olah Statistik**

Untuk mempermudah proses analisis dan olah statistik, maka penelitian ini fokus menggunakan program IBM SPSS 25 dalam setiap pengujian yang telah dilakukan peneliti,

**1. Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk menentukan valid tidanya suatu item pernyataan dalam mengukur variabel yang sudah diteliti. Jika  $r$  hitung  $>$   $r$  tabel

maka dapat disimpulkan bahwa Data dikatakan valid (Sarwono,2012). Adapun hasil uji validitas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.8**

**Hasil Uji Validasi**

No	Variabel	Item	r-Hitung	r-Tabel	Keterangan
1	Pelayanan Prima (X1)	X1.1	0,911	0,195	Valid
		X1.2	0,892	0,195	Valid
		X1.3	0,938	0,195	Valid
		X1.4	0,949	0,195	Valid
		X1.5	0,939	0,195	Valid
		X1.6	0,910	0,195	Valid
		X1.7	0,920	0,195	Valid
2	Etika Bisnis (X2)	X2.1	0,834	0,195	Valid
		X2.2	0,913	0,195	Valid
		X2.3	0,908	0,195	Valid
		X2.4	0,921	0,195	Valid
		X2.5	0,898	0,195	Valid
		X2.6	0,925	0,195	Valid
		X2.7	0,913	0,195	Valid
		X2.8	0,912	0,195	Valid
3	Loyalitas (Y)	Y.1	0,880	0,195	Valid
		Y.2	0,874	0,195	Valid
		Y.3	0,900	0,195	Valid
		Y.4	0,845	0,195	Valid
		Y.5	0,850	0,195	Valid

Sumber Data Primer Yang Diolah,2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa semua item pernyataan dalam kuesioner dikatakan **valid** karena memiliki r-hitung > r-table dengan nilai n adalah 100 pada taraf signifikan 5% ( $\alpha = 0,05$ ). Oleh karena itu, pernyataan kuesioner dapat digunakan untuk uji-uji berikutnya karena nilai r-hitung lebih besar dari r-tabel sebesar 0,195.

## 2. Uji Reliabilitas

Jika dilakukan pengukuran ulang maka penting dilakukan uji reliabilitas sebagai alat ukur yang digunakan untuk mengetahui konsistensi pernyataan dalam kuesioner yang dijadikan sebagai alat ukur. Teknik *Cronbach Alpha* digunakan dalam pengujian reliabilitas dengan memanfaatkan program IBM SPSS Statistics 25. Dikatakan data reliabel apabila pernyataan-pernyataan yang digunakan dalam kuesioner memiliki nilai *croanbach alpa*  $>0,60$ , sebaliknya data tidak reliabel apabila pernyataan-pernyataan dalam kuesioner memiliki nilai *croanbach alpa*  $<0,60$ . Adapun hasil yang telah diolah oleh peneliti adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.9**

**Hasil Uji Reliabilitas**

No	Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
1	Pelayanan Prima	0,971	Reliabel
2	Etika Bisnis	0,967	Reliabel
3	Loyalitas Nasabah	0,919	Reliabel

Sumber Data Primer Yang Diolah,2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa *Cronbach Alpha* semua variabel melewati batas koefisien reliabilitas  $>0,60$  yaitu Pelayanan Prima (0,971), Etika Bisnis (0,967) dan Loyalitas Nasabah (0,919) . Artinya baik variabel dependen maupun independen dapat dikatakan reliabel daan pernyataan dalam kuesioner penelitian ini bisa digunakan untuk uji berikutnya.

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

Untuk mengetahui apakah populasi data terdistribusi normal maka perlu dilakukan uji normalitas. Terdistribusi normal atau tidak dapat diukur dengan melihat kedua model regresi variabel dependen dan variabel independen sebagai



tujuan dari uji normalitas. syaratnya apabila nilai Asymp.Sig>0.05 maka data berdistribusi normal. Berikut hasil yang didapat peneliti setelah mengolah dalam program IBM SPSS statistics 25 yaitu:

**Tabel 4.10**

**Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov Test**  
**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,41221626
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,041
	Negative	-,049
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber Data Primer Yang Diolah,2021

Berdasarkan hasil uji normalitas diketahui nilai signifikansi 0,200 > 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa nilai residual dalam penelitian ini berdistribusi normal.

**b. Uji Linearitas**

Uji linieritas dilakukan untuk melihat linieritas hubungan antar variable terikat (Y) dengan variable bebas (X). Uji linieritas digunakan untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak. Data yang baik seharusnya terdapat hubungan yang linier antara variabel independen dengan

variabel dependen. Jika nilai Sig. > 0,05 maka dinyatakan linier sedangkan jika nilai Sig. < 0,05 maka dinyatakan tidak linier.

**Tabel 4.11**  
**Hasil Uji Linearitas**

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas nasabah (Y) * Etika Bisnis (X2)	Between Groups	(Combined )	1381,445	21	65,783	11,166	,000
		Linearity	1242,496	1	1242,496	210,907	,000
		Deviation from Linearity	138,949	20	6,947	1,179	,295
	Within Groups		459,515	78	5,891		
	Total		1840,960	99			

Sumber Data Primer Yang Diolah,2021

Berdasarkan uji linearitas menunjukkan bahwa nilai signifikansi 0,295 > 0,05. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua variabel mempunyai hubungan yang linear.

### c. Uji Multikolinearitas

Untuk melakukan pengujian multikolinearitas maka diperlukan perhitungan nilai *tolerance* dan VIF (*Variance Inflation Factor*) yang dideteksi dengan menganalisis matriks korelasi variabel bebasnya. Syarat ditetapkan bahwa data tidak mengandung multikolinearitas yaitu nilai *tolerance* tidak lebih kecil 0,1 dan nilai VIF tidak lebih besar 10. Berikut hasil yang didapat peneliti setelah mengolah dalam program IBM SPSS statistics 25 yaitu:

**Tabel 4.12**  
**Hasil Uji Multikolinearitas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3,421	1,063		3,218	,002		
	Pelayanan prima (X1)	,175	,090	,282	1,942	,055	,153	6,554
	Etika Bisnis (X2)	,314	,081	,562	3,862	,000	,153	6,554

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah (Y)

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2021

Berdasarkan uji multikolinearitas menunjukkan bahwa pelayanan prima dan etika bisnis masing-masing memiliki nilai tolerance sebesar  $0,153 > 0,10$  dan nilai VIF sebesar  $6,554 < 10$  artinya tidak terjadi Multikolinearitas.

#### 4. Uji Hipotesis

Dalam menguji sebuah hipotesis maka peneliti menggunakan pengujian data sebagai berikut:

##### a. Analisa Regresi Linear Berganda

Untuk mengetahui hubungan kedekatan antara variabel independen (X) yaitu pelayanan prima dan etika bisnis dengan variabel dependen (Y) yaitu

loyalitas nasabah, maka digunakan analisis regresi linear berganda. Bentuk persamaanya yaitu:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Keterangan:

- Y : Loyalitas Nasabah (Variabel terikat)
- $\alpha$  : Konstanta.
- $\beta_1$  &  $\beta_2$  : Koefisien regresi masing-masing variabel
- X1 : Pelayanan Prima (Variabel Bebas)
- X2 : Etika Bisnis (Variabel Bebas )

Berikut hasil yang didapat peneliti setelah mengolah dalam program IBM SPSS statistics 25 yaitu:

**Tabel 4.13**  
**Hasil Uji Regresi Linear Berganda**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,421	1,063		3,218	,002
	Pelayanan Prima (X1)	,175	,090	,282	1,942	,055
	Etika Bisnis (X2)	,314	,081	,562	3,862	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel diatas maka persamaan regresi linear berganda dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 3,421 + 0,175 X_1 + 0,314 X_2$$

Hasil analisis regresi linear berganda pada persamaan diatas dapat menjelaskan bahwa:

- 1) Nilai konstanta diatas sebesar 3,421, angka tersebut menunjukkan bahwa jika pelayanan prima dan etika bisnis (tidak mengalami penurunan) maka Loyalitas nasabah adalah sebesar 3,421.
- 2) Pelayanan prima menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,175. Artinya apabila terjadi kenaikan 1 % dari variabel pelayanan prima dengan asumsi variabel lainnya masih konstan, maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya sebesar 0,175.
- 3) Etika bisnis menunjukkan nilai koefisien sebesar 0,314. Artinya apabila terjadi kenaikan 1 % dari variabel Etika Bisnis dengan asumsi variabel lainnya masih konstan, maka loyalitas nasabah akan mengalami kenaikan sebesar variabel pengalinya sebesar 0,314.

#### **b. Uji parsial (Uji-T)**

Uji parsial (Uji-T) untuk mengetahui besarnya pengaruh masing-masing variabel independen secara parsial terhadap variabel dependen. Syarat model regresi memenuhi uji parsial jika nilai  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$ , dan nilai signifikansi  $< 0,05$  (Sugiono, 2008). Adapun hasil yang telah diolah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4.14**  
**Hasil Uji Parsial (Uji-T)**

		<b>Coefficients<sup>a</sup></b>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,421	1,063		3,218	,002
	Pelayanan Prima (X1)	,175	,090	,282	1,942	,055
	Etika Bisnis (X2)	,314	,081	,562	3,862	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2021

Berdasarkan tabel 4.14 menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,175. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar  $0,055 > 0,05$  dan memiliki nilai signifikansi  $t\text{-hitung } 1,942 < t\text{-tabel } 1,988$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  ditolak yang berarti loyalitas nasabah tidak dipengaruhi oleh variabel pelayanan prima.

**$H_1$  : Pelayanan Prima Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah ditolak.**

Variabel etika bisnis memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.314. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan memiliki nilai signifikansi  $t\text{-hitung } 3,862 > t\text{-tabel } 1,988$  sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H_2$  diterima yang berarti terdapat pengaruh variabel Etika Bisnis terhadap loyalitas nasabah.

**$H_2$  : Etika Bisnis Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah diterima.**

### c. Uji Simultan (Uji-F)

Untuk mengetahui signifikan pengaruh secara simultan dilakukan pengujian hipotesis secara bersama-sama digunakan alat uji F. Syarat model regresi memenuhi uji simultan apabila nilai sig  $< 0.05$  dan nilai f hitung  $> f$  tabel (Sugiyono, 2008). Berikut hasil yang didapat peneliti setelah mengolah dalam program IBM SPSS statistics 25 yaitu:

**Tabel 4.15**  
**Hasil Uji Simultan (Uji F)**  
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model.		Sum of Squares.	Df.	Mean Square.	F.	Sig.
1.	Regression	1264,900	2	632,450	106,495	,000 <sup>b</sup>
	Residual	576,060	97	5,939		
	Total	1840,960	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Etika Bisnis (X2), Pelayanan Prima (X1)

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2021

Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$  dan  $106,495 > 3,09$  atau f hitung  $> f$ -tabel. dengan model regresi ini loyalitas nasabah dapat dijelaskan melalui variabel pelayanan prima dan etika bisnis. Artinya variabel independen (pelayanan prima dan etika bisnis) dapat bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen (loyalitas nasabah)

### d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) merupakan ukuran yang mengatakan seberapa baik garis regresi sampel cocok (sesuai) dengan datanya. Koefisien Determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa jauh kemampuan variasi variabel bebas



menjelaskan variabel terikat. Nilai  $R^2$  mempunyai interval antara nol sampai satu ( $0 \leq R^2 \leq 1$ ). Semakin besar  $R^2$  mendekati 1, maka model regresinya semakin baik. Namun sebaliknya jika  $R^2$  mendekati nol, maka model regresi tidak mampu menjelaskan variabel loyalitas nasabah secara keseluruhan. (Sugiono. 2008)

Berikut hasil yang didapat peneliti setelah mengolah dalam program IBM SPSS statistics 25 yaitu:

**Tabel 4.16**  
**Hasil Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**  
**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,829 <sup>a</sup>	,687	,681	2,43696

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis (X2), Pelayanan Prima (X1)

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2021

Tabel diatas menjelaskan bahwa nilai *R square* adalah 0,687 (68,7%) sebagai nilai koefisien determinasi. Artinya variabel pelayanan prima dan etika bisnis dapat menjelaskan variabel loyalitas dengan proporsi 68,7%, sedangkan sisanya sebesar 31,3% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dijelaskan dalam penelitian ini.

Berdasarkan Analisis dan data statistik diatas maka penulis merincinya dalam tabel berikut ini:

**Tabel 4.17**  
**Hasil Analisis Statistik**

No	Analisis Dan Olah Statistik	Keterangan
1	<b>Uji Validitas:</b> Pelayanan Prima Etika Bisnis Loyalitas	<b>Valid</b> <b>Valid</b> <b>Valid</b>
2	<b>Uji Reliabilitas:</b> Pelayanan Prima Etika Bisnis Loyalitas	<b>Reliabel</b> <b>Reliabel</b> <b>Reliabel</b>
3	<b>Uji Normalitas</b>	<b>Terdistribusi Normal</b>
4	<b>Uji Linearitas</b>	<b>Linear</b>
5	<b>Uji Multikolineritas</b>	<b>Tidak Terjadi Multikolineritas</b>
6	<b>Analisis Linear Berganda</b>	<b>Didapat Persamaan</b> <b><math>Y = 3,421 + 0,175 X_1 + 0,314 X_2</math></b>
7	<b>Uji Parsial:</b> H1: Pelayanan Prima Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah  H2: Etika Bisnis Berpengaruh Positif Dan Signifikan Terhadap Loyalitas Nasabah	<b>Hipotesis Ditolak</b>  <b>Hipotesis Diterima</b>
8	<b>Uji Simultan</b>	<b>Simultan</b>
9	<b>Uji Koefisien Determinasi</b>	<b>Proporsi X Terhadap Y</b> <b>Sebesar 68,7%</b>

Sumber Data Primer Yang Diolah, 2021

#### **D. Pembahasan**

##### **1. Pengaruh Pelayanan Prima (X1) Terhadap Loyalitas Nasabah (Y)**

Hasil olah IBM SPSS Statistics 25 dalam uji T menunjukkan bahwa variabel pelayanan prima memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0,175. Diketahui

nilai signifikansi untuk pengaruh pelayanan prima terhadap loyalitas nasabah adalah sebesar  $0,055 > 0,05$  dan memiliki nilai signifikansi  $t\text{-hitung } 1,942 < t\text{-tabel } 1,988$ . Artinya loyalitas nasabah sebagai variabel dependen tidak dipengaruhi oleh pelayanan prima sebagai variabel independen. Oleh karena itu, ditarik kesimpulan yang menyatakan  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

Dilihat dari hasil penelitian ini mengungkapkan bahwa Bank Muamalat masih belum maksimal menerapkan pelayanan prima dengan sebaik mungkin dan perlu mengevaluasi kerja dalam hal pelayanan perlu ditingkatkan. memaksimalkan layanan prima yang meliputi Bentuk fisik (*Tangibles*), Keandalan (*reability*), Ketanggapan (*responsiveness*), Jaminan (*Assurance*), dan Empaty (*empathy*). Loyalitas dapat tercipta apabila ada kepuasan terhadap *product* dan jasa yang digunakan nasabah. Nasabah dapat mempertimbangkan layanan dengan apa yang ingin digunakanya ketika pelayanan prima dilakukan secara optimal sebagai keunggulan dari sistem perbankan syariah.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Indah Nur safitri (2020) dan Hapsari dan Dani (2017). hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima. Artinya loyalitas nasabah tidak dipengaruhi oleh pelayanan prima yang secara signifikan berpengaruh negatif. Tetapi berbeda dengan Muhammad Khairul Ma'arif (2020) dalam penelitiannya Pengaruh Diversifikasi Produk , Citra Perusahaan, Dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah BRI Syariah Semarang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening menunjukkan bahwa  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Yang sejalan dengan Rahayu (2018) dalam penelitiannya, menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ . artinya loyalitas nasabah dipengaruhi oleh pelayanan prima secara signifikan berpengaruh positif.

## 2. Pengaruh Etika Bisnis (X2) terhadap Loyalitas Nasabah (Y)

Hasil olah IBM SPSS Statistics 25 dalam uji T menunjukkan bahwa Variabel etika bisnis memiliki nilai koefisien regresi sebesar 0.314. Diketahui nilai signifikansi untuk pengaruh etika bisnis terhadap loyalitas adalah sebesar  $0,000 < 0,05$  dan memiliki nilai signifikansi  $t\text{-hitung } 3,862 > t\text{-tabel } 1,988$ . Artinya loyalitas nasabah sebagai variabel dependen dipengaruhi oleh Etika Bisnis sebagai variabel independen. Oleh karena itu, kesimpulan dari penelitian ini menyatakan  $H_0$  ditolak dan  $H_2$  diterima. Loyalitas nasabah dan etika bisnis memiliki hubungan baik yang secara signifikan menyatakan bahwa ketika etika bisnis diterapkan di bank syariah maka akan menghadirkan loyalitas nasabah karena nasabah merasa puas terhadap bank syariah tersebut.

Penerapan etika bisnis di Bank Muamalat sudah sangat baik jika dibandingkan dengan bank-bank syariah lainnya. Dengan berlandaskan prinsip-prinsip etika bisnis maka dipastikan akan menimbulkan kepercayaan nasabah atau masyarakat terhadap Bank Muamalat. Nasabah akan merasa dilayani secara etis dan islami sehingga akan memunculkan kepuasan kepada nasabah. Apabila nasabah puas dengan etika bisnis yang diberikan oleh Bank Muamalat maka bisa dipastikan nasabah akan loyal dalam menggunakan produk maupun jasa didalam Bank Muamalat.

Hasil penelitian ini juga diperkuat dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Sri Wahyuningrum (2020) dalam penelitiannya menunjukkan bahwa menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ . artinya loyalitas nasabah dipengaruhi oleh pelayanan prima secara signifikan berpengaruh positif. Yang sejalan dengan Reza Saputra (2017) menerima  $H_a$  dan menolak  $H_0$ , Etika bisnis berpengaruh terhadap nasabah menjadi loyal dalam menggunakan *product* dan jasa bank syariah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### ***A. Kesimpulan***

Hasil analisis dan olah statistik yang diperoleh peneliti dalam mengolah data berdasarkan hasil kuesioner dalam program IBM SPSS statistics 25 berkaitan dengan Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis data menunjukkan bahwa pelayanan prima berpengaruh negative dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makassar . Loyalitas dapat tercipta apabila ada kepuasan terhadap *product* dan jasa yang digunakan nasabah. Nasabah dapat mempertimbangkan layanan dengan apa yang ingin digunakanya ketika pelayanan prima dilakukan secara optimal sebagai keunggulan dari sistem perbankan syariah. .
2. Berdasarkan analisis dan olah statistik data menunjukkan bahwa Etika Bisnis berpengaruh Positif dan signifikan terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makassar . Loyalitas nasabah dan etika bisnis memiliki hubungan baik yang secara signifikan menyatakan bahwa ketika etika bisnis diterapkan di bank syariah maka akan menghadirkan loyalitas nasabah karena nasabah merasa puas terhadap bank syariah tersebut.

#### ***B. Saran***

Hasil penelitian telah dilakukan dengan ikhtiar, doa dan semangat yang ikhlas karena Allah membuka jalan bagi peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini dengan baik dan penuh kejujuran, dengan harapan ataupun saran peneliti terhadap:

### **1. Bagi Bank Muamalat KC Makassar**

Penelitian ini sengaja dilakukan di Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar mengingat Bank syariah yang paling pertama kali dikenal oleh peneliti dan sering disebut saat berbicara sejarah perbankan syariah di Indonesia. hal tersebut menjadikan penulis semangat untuk meneliti di Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar. Kepada pimpinan Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar untuk selalu menghadirkan jiwa kepemimpinan untuk lebih peka kepada bawahannya dan senantiasa memotivasi karyawannya untuk bisa bekerja dengan penuh keikhlasan, tanggung jawab, profesionalisme, dan memberikan yang terbaik dengan pelayanan prima terhadap nasabahnya serta menggunakan etika bisnis islami dalam setiap kegiatan operasionalnya.

Terkhusus dibagian *frontliner* yang berhadapan langsung dengan nasabah, untuk lebih menguatkan pelayanan prima sehingga dengan pelayanan prima tersebut dapat melahirkan nasabah yang loyal terhadap bank syariah. Meskipun penerapan pelayanan prima dan etika bisnis di Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar sudah baik tetap harus dilakukan evaluasi sehingga nasabah menjadi loyal untuk melakukan transaksi kembali di Bank Muamalat Kantor Cabang Makassar .

### **2. Bagi penelitian selanjutnya**

Untuk judul terkait, peneliti selanjutnya dapat menjadikan penelitian ini sebagai bahan rujukan namun harus memahami terlebih dahulu faktor-faktor yang dapat berpengaruh pada loyalitas nasabah. Peneliti selanjutnya juga dapat memperluas penelitaian dengan menambah variabel lain seperti pengetahuan bagi hasil, religiusitas dan sebagainya sehingga diperoleh informasi yang lebih lengkap mengenai faktor-faktor yang dapat mempengaruhi loyalitas nasabah. Dan

sebaiknya menambah dan menggunakan variabel moderasi ataupun variabel intervening supaya lebih mendalami penelitian yang akan dilakukan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahnya*. Departemen Agama RI. Makassar: CV.Pustaka Jaya Ilmu,2014.
- “Akurat.co”. Tafsir QS. Al-baqarah 188. <https://akurat.co/tafsir-qs-al-baqarah-188-korupsi-dilarang-keras-oleh-agama> (13 Juni 2021)
- “Tafsir web”. Qur'an surah Al-Hujarat Ayat 15.<https://tafsirweb.com/9785-quran-surat-al-hujurat-ayat-15.html> (13 Juni 2021)
- “Tafsir web”. Qur'an Surah Al-Maidah Ayat 2. <https://tafsirweb.com/1886-quran-surat-al-maidah-ayat-2.html> (13 Juni 2021)
- “Tipsbaserbi” *prinsip-prinsip etika bisnis yang islami* <http://tipsbaserbi.blogspot.com/2015/01/prinsip-prinsip-etika-bisnis-islami.html?m=1> (18 juni 2021)
- Al Arif, Nur Rianto. *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah* .Cet. 2; Bandung: Alfabeta, 2012.
- Anoraga, Pandji. *Pengantar Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta, 2011.
- Arikunto, Suharmisi. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta:PT. Rineka Cipta,2006.
- Aziz, Abdul. *Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam*. Bandung: Alfabeta, 2013.
- Badroen, Faisal, dkk. *Etika Bisnis Bagi Pelaku Bisnis*. Jakarta: Kencana Predana Media Group,2006.
- Badroen, Faisal. *Etika Bisnis Dalam Islam*, Edisi Pertama.Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2006.
- Bank Muamalat. ”Bank Muamalat Raih Peringkat Juara Dalam Survei Kepuasan, Loyalitas, Dan Ketertiban (SLE) 2019”, *Situs Resmi Bank Muamalat*. <https://www.bankmuamalat.co.id/en/news/bank-muamalat-wins-champion-ranking-in-2019-satisfaction-loyalty-and-engagement-sle-survey> (03 februari 2021).
- Basyir, Hikmah *Tafsir Al-Muyassar jilid 1 (At-Tafsir Al-Muyassar)*, terj. Izzuddin Karimi, Ahmad Saikhu, dan Habiburrahman. Cet. 1; Solo: An-Naba',2011.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Chan, Syafruddin. *Relationship Marketing; Inovasi Pemasaran Yang Membuat Pelanggan Bertekuk Lutut* . Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,2003.
- Departemen Agama RI. *Al-Qur'an dan Terjemahannya*. Makassar: CV.Pustaka Jaya Ilmu,2014.

- Fahmi, Moch. Choirul. "Penerapan Etika Bisnis Islam Dalam Membangun Loyalitas Pelanggan Di Toko Bursa Sajadah Surabaya". *Skripsi*. Surabaya: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Sunan Ampel, 2019,
- Gani, Ilham Dan Muslimin. Hukum Perbankan Syariah. Cet 1; Gowa: CV Cahaya Bintang Cemerlang, 2021
- Griffin, Jill. *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Jakarta: Erlangga, 2005.
- Hermawan, Asep dan Husna Laila Yusran. *Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif*. Edisi Pertama . Depok: Kencana, 2017
- Kasmir . *Pemasaran Bank*. Edisi Revisi. Cet.1; Jakarta: Kencana Predana Media Group, 2004
- Kasmir. *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2014.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Kuncoro, Mudrajad. *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Jakarta: Erlangga, 2013.
- Kurniawan, Danag. "Service Excellent Berdasarkan Prespektif Islam di Bank Syariah". Tawasun: Journal of Sharia Economic Law 3, no.1 (Maret 2020): h.63-74.
- Ma'arif, Muhamad Khairul. "Pengaruh Diversifikasi Produk, Citra Perusahaan Dan Pelayanan Prima Terhadap Loyalitas Nasabah Bri Syariah Semarang Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2020.
- Nasution, Reza Saputra. "Pengaruh Etika Bisnis Islam Terhadap Loyalitas Nasabah Pada PT. Bank Muamalat Indonesia, Tbk Cabang Padangsidempuan". *Skripsi*. Padangsidempuan: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Padangsidempuan, 2017.
- Rahayu, R.S. "Pengaruh Service Excellence Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening". *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2018.
- Rahmayanty, Nina. *Manajemen Pelayanan Prima*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Riza, Noviana Diah. "Analisis Pengaruh E-Banking Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Di Perbankan Syariah Dengan Komitmen Keagamaan Sebagai Variabel Moderasi (Studi Kasus pada Nasabah BRI Syariah di IAIN Salatiga)". *Skripsi*. Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2018.
- Safitri, Indah Nur. "Pengaruh Pengetahuan Bagi Hasil, Service Excellence Dan Religiusitas Terhadap Loyalitas Nasabah Pembiayaan Bank Rakyat Indonesia Syariah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating (Studi

- Kasus: Bri Syariah Kcp Semarang Majapahit)". Salatiga: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2020.
- Sarah, Arfiani, dkk. "Persepsi Masyarakat Mengenai Service Excellence Pria Dan Wanita Terhadap Loyalitas Nasabah". Jurnal Nisbah 4, no. 2 (2018): h.122-133.
- Sarwono, Jonathan. Metode Riset Skripsi Pendekatan Kuantitatif Menggunakan Prosedur SPSS. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2012.
- Satriyanti, Evi Okatviani. "Pengaruh Kualitas Layanan, Kepuasan Nasabah Dan Citra Bank Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muabialat Disurabaya". Journal of Business and Banking 2, no.2, (November 2012): h. 171 – 184.
- Semil, Nurmah. *Pelayanan Prima Instansi Pemerintah: Kajian Kritis Pada Sistem Pelayanan Publik di Indonesia*, Edisi Pertama. Cet.1; Depok: Prenadamedia Group, 2018.
- Suliyanto. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta: Andi, 2009.
- Supardi. *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: UII Press, 2005
- Trimulato, *Perbankan Syariah: buku bahan ujian komprehensif* (Cet.1; Gowa: Pustaka Almaida, 2020), h.33
- Triyani. "Implementasi Pelayanan Prima (Excellent Service) Terhadap Kepuasan Pelanggan Ditinjau Dari Etika Bisnis Islam". *Skripsi*. Metro: Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Metro, 2018.
- Wulandari, Siti Dwi. "Pengaruh Layanan E-Banking, Relationship Marketing, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Nasabah Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Intervening (Studi Kasus Pada Bri Syariah Kcp Magelang)". *Skripsi*. Salatiga: Fak. Ekonomi Dan Bisnis Islam IAIN Salatiga, 2019.
- Zainal, Veithzal R dkk. *Islamic Marketing Management: Mengembangkan Bisnis dengan Hijrah Kepemasaran Islami Mengikuti Praktik Rasulullah saw..* Cet.1; Jakarta: PT Bumi Aksara, 2017
- Zainal, Veithzal Rivai, dkk. *Islamic Management: Meraih Sukses Melalui Praktis Manajemen Gaya Rasulullah Secara Istiqomah*, Edisi Pertama. Cet.1; Yogyakarta: BPFE, 2013.

**L**

**A**

**M**

**P**

**I**

**R**

**A**

**N**





KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) ALAUDDIN MAKASSAR  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
Kampus I : Jl. Sultan Alauddin No. 63 Makassar (0411) 864928 Fax 864923  
Kampus II : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36 Samata Sungguminasa – Gowa Tlp. 841879 Fax 8221400

Nomor : 2035 /EB.I/PP.00.9/05/2021  
Sifat : Penting  
Lampiran: -  
Perihal : *Permohonan Izin Penelitian*

Gowa, 05 Mei 2021

Kepada,  
**Yth. UPT P2T BKPM**  
Di,-

Tempat

Assalamu Alaikum Warohmatullah Wabarokatuh.

Dengan hormat disampaikan bahwa Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar yang tersebut namanya dibawah ini:

Nama : **Sri Wahyuni Safitri**  
NIM : 90500117029  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : Samata, Gowa

Bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana. Adapun judul skripsinya:

**“Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar”**

Dengan Dosen pembimbing: **1. Dr. Sitti Fatimah, S.E, M.M**  
**2. Kamaruddin, SE., ME**

Untuk maksud tersebut kami mengharapkan kiranya kepada mahasiswa yang bersangkutan dapat diberi izin melakukan penelitian di **Bank Muamalat KC Makassar**.

Demikian harapan kami dan Terima Kasih.

Wassalam

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Alauddin Makassar,  
  
Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
NIP. 19661130 199303 1 003

Tembusan :

1. Rektor UIN Alauddin Makassar di SamataGowa
2. Mahasiswa yang bersangkutan
3. Arsip





**PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN**  
**DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**BIDANG PENYELENGGARAAN PELAYANAN PERIZINAN**

Nomor : 15054/S.01/PTSP/2021  
 Lampiran :  
 Perihal : Izin Penelitian

Kepada Yth.  
 Pimpinan PT. Bank Muamalat KC Makassar

di-  
Tempat

Berdasarkan surat Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar Nomor : 2035/EB.I/PP.00.0/05/2021 tanggal 05 Mei 2021 perihal tersebut diatas, mahasiswa/peneliti dibawah ini:

N a m a : **SRI WAHYUNI SAFITRI**  
 Nomor Pokok : 90500117029  
 Program Studi : Perbankan Syariah  
 Pekerjaan/Lembaga : Mahasiswa(S1)  
 Alamat : Jl. H. M. Yasin Limpo No. 36, Samata Gowa

Bermaksud untuk melakukan penelitian di daerah/kantor saudara dalam rangka penyusunan Skripsi, dengan judul :

**" PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT KC MAKASSAR "**

**PELAYANAN TERPADU SATU PINTU**  
**PTSP**  
 Yang akan dilaksanakan dari : Tgl. **30 Mei s/d 30 Juni 2021**

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami **menyetujui** kegiatan dimaksud dengan ketentuan yang tertera di belakang surat izin penelitian.

Dokumen ini ditandatangani secara elektronik dan Surat ini dapat dibuktikan keasliannya dengan menggunakan **barcode**.

Demikian surat izin penelitian ini diberikan agar dipergunakan sebagaimana mestinya.

Diterbitkan di Makassar  
 Pada tanggal : 27 Mei 2021

**A.n. GUBERNUR SULAWESI SELATAN**  
**KEPALA DINAS PENANAMAN MODAL DAN PELAYANAN TERPADU**  
**SATU PINTU PROVINSI SULAWESI SELATAN**  
 Selaku Administrator Pelayanan Perizinan Terpadu

**Dr. JAYADI NAS, S.Sos., M.Si**  
 Pangkat : Pembina Tk.I  
 Nip : 19710501 199803 1 004

Tembusan Yth  
 1. Dekan Fak. Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar di Makassar;  
 2. *Pertinggal*.

SIMAP PTSP 27-05-2021



Jl. Bougenville No.5 Teip. (0411) 441077 Fax. (0411) 448936  
 Website : <http://simap.sulselprov.go.id> Email : [ptsp@sulselprov.go.id](mailto:ptsp@sulselprov.go.id)  
 Makassar 90231





**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

Nomor : 147 Tahun 2021

**T E N T A N G**  
**PEMBIMBING DALAM PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA**  
**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN**  
**ALAUDDIN MAKASSAR**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar setelah :

- Membaca** : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, **Sri Wahyuni Safitri**, Nim: 90500117029 tertanggal 29 Oktober 2020 untuk mendapatkan Pembimbing Skripsi dengan Judul: **"Pengaruh Service Excellent dan Etika Bisnis Islam terhadap Customer Loyalty Nasabah Bank Muamalat KC Makassar"**
- Menimbang** : a. Bahwa untuk membantu penelitian dan penyusunan skripsi mahasiswa tersebut, dipandang perlu untuk menetapkan pembimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas.
- b. Bahwa mereka yang ditetapkan dalam surat keputusan dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing menyusun skripsi mahasiswa tersebut diatas.
- Mengingat** : 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah Nomor 66 Tahun 2010  
4. Keputusan Presiden RI. Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Status Institute Agama Islam Negeri Alauddin Makassar menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;  
5. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan Dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama.  
6. Peraturan Menteri Agama RI Nomor 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama Nomor 85 Tahun 2013 Tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar.  
7. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar.

**M E M U T U S K A N**

- Kesatu** : Mengangkat / Menunjuk Saudara :  
1. Dr. Siti Fatimah, SE., MM.  
2. Kamaruddin, SE., M.E.I.
- Kedua** : Tugas Pembimbing/ Pembantu Pembimbing dalam Penelitian dan Penyusunan Skripsi Mahasiswa adalah memeriksa draft skripsi dan naskah skripsi, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan kemampuan menguasai masalah.
- Ketiga** : Segala biaya yang timbul akibat dikeluarkannya surat keputusan ini dibebankan pada anggaran belanja Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
- Keempat** : Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan didalamnya akan diperbaiki sebagaimana mestinya.
- Kelima** : Surat Keputusan ini disampaikan kepada masing-masing yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Gowa  
Pada tanggal : 22 Januari 2021

**PROF. DR. H. ABUSTANI ILYAS, M.Ag**  
 NIP. 19661130 199303 1 003





**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
NOMOR : 751TAHUN 2020**

**TENTANG**

**PANITIA DAN TIM PENGUJI SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA  
A.n.Sri Wahyuni Saffitri, NIM : 90500117029  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

- Membaca** : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, Nama **Sri Wahyuni Saffitri**, NIM: **90500117029** tertanggal 19 Februari 2021 untuk melaksanakan Seminar Proposal Skripsi dengan Judul: **"Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis terhadap loyalitas nasabah Bank Muamalat KC Makassar"**.
- Menimbang** : a. Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran seminar proposal penelitian, perlu dibentuk panitia dan tim penguji seminar proposal penelitian dan penyusunan skripsi  
b. Bahwa mereka yang ditetapkan dalam surat keputusan ini dipandang cakap dan memenuhi syarat untuk diserahi tugas sebagai pembimbing dan penguji penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas.  
c. Pembimbing dan penguji penyusunan skripsi mahasiswa tersebut diatas.
- Mengingat** : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;  
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;  
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;  
6. Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;  
7. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar.

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** : 1. Membentuk Panitia dan Tim Penguji Seminar Proposal penelitian dan penyusunan skripsi, Jurusan **PERBANKAN SYARIAH** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :
- Ketua** : Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
**Sekretaris** : Dr. Amiruddin K, M.El.  
**Pembimbing I** : Dr. Siti Fatimah, S.E., M.M.  
**Pembimbing II** : Kamaruddin, SE., M.Si.  
**Penguji I** : Dr. Syaharuddin, M.Si.  
**Penguji II** : Ismawati, SE., M.Si.  
**Pelaksana** : Della Fadhilatunisa, M. Ak
2. Panitia bertugas melaksanakan seminar proposal skripsi, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan dan kemampuan menguasai masalah penyusunan skripsi  
3. Surat Keputusan ini mulai berlaku sejak tanggal ditetapkan dan apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan didalamnya akan diperbaiki sebagaimana mestinya  
4. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya

Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa  
Pada tanggal : 26 Februari 2021

Dekan  
  
Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
NIP. 196612301993031 003

PEMRAKARSA (FAKHRIUNNISA)	KASUBAG AKADEMIK (NURMIAH MUIN, S.IP.,MM)



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
NOMOR : 1183 TAHUN 2021**

**TENTANG**

**PANITIA DAN TIM PENGUJI KOMPREHENSIF  
JURUSAN Perbankan Syariah FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

- Membaca** : Surat permohonan Ujian Komprehensif **Sri Wahyuni Saffri** : NIM: 90500117029
- Menimbang** : bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian komprehensif perlu dibentuk Panitia dan Tim Penguji
- Mengingat** :
1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
  2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
  3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;
  4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;
  5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;
  6. Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;
  7. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan** :
1. Membentuk Panitia dan Tim Penguji Komprehensif, Jurusan **Perbankan Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi:
 

<b>Ketua</b>	: Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak.
<b>Sekretaris</b>	: Dr. Sudirman, SE., M.Si.
<b>Penguji Dirasah Islamiyah</b>	: Dr. Syaharuddin, SE., M.Si.
<b>Penguji Manajemen Keuangan Syariah</b>	: Ismawati, S.E., M.Si.
<b>Penguji Perbankan Syariah</b>	: Dr. Ilham Gani, SE, M.M
<b>Pelaksana</b>	: Kurniati Syukur, S.Ag.
  2. Panitia bertugas melaksanakan ujian
  3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.
  4. Panitia dianggap bubar setelah menyelesaikan tugasnya.
  5. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.


Surat keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

**Ditetapkan di : Samata-Gowa**  
**Pada tanggal : 10 Mei 2021**

  
**Prof. Dr. R. Abustani Ilyas, M.Ag.**  
**NIP. 19661130 199303 1 003**

**Tembusan :**

1. Rektor UIN Alauddin Makassar di Samata-Gowa
2. Para Dekan dalam Lingkup UIN Alauddin Makassar di Makassar
3. Asip

PEMRAKARSA (SITI RIFQAH WIRANTI)	KASUBAG AKADEMIK (NURMIAH MUIN, S.P.,MM)
	



**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
NOMOR : 1484 TAHUN 2021**

**TENTANG**

**PANITIA DAN TIM PENGUJI SEMINAR HASIL PENELITIAN DAN PENYUSUNAN SKRIPSI MAHASISWA  
A.n.Sri Wahyuni Saffitri, NIM : 90500117029  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

**DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA**

**DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

- Membaca : Surat Permohonan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar, **Sri Wahyuni Saffitri, NIM: 90500117029** untuk melaksanakan seminar hasil .
- Menimbang : Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran seminar draft/hasil, perlu dibentuk panitia dan tim penguji seminar hasil dan penyusunan skripsi
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Undang-undang No. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Peraturan Pemerintah Nomor 12 Tahun 2010 yang disempurnakan dengan Peraturan Pemerintah No. 66 Tahun 2010;  
4. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan Institut Agama Islam Negeri Alauddin menjadi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar;  
5. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;  
6. Peraturan Menteri Agama RI. No. 25 Tahun 2013 dan Peraturan Menteri Agama R.I. No 85 Tahun 2013 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar;  
7. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan  
Pertama : Membentuk Panitia dan Tim Penguji Seminar hasil, Jurusan **PERBANKAN SYARIAH** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :
- Ketua** : Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
**Sekretaris** : Dr. Amiruddin K, M.El.  
**Pembimbing** : Dr. Siti Fatimah, S.E., M.M.  
**Pembimbing II** : Kamaruddin, SE., M.Si.  
**Penguji I** : Dr. Syaharuddin, M.Si.  
**Penguji II** : Ismawati, SE., M.Si.  
**Pelaksana** : Siti Rifaqah Wiranti, SE.
1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa dan dan kemampuan menguasai masalah penyusunan skripsi
2. Biaya pelaksanaan seminar hasil penelitian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar
3. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya
- Kedua : 1. Panitia bertugas melaksanakan seminar hasil, memberi bimbingan, petunjuk-petunjuk, perbaikan mengenai materi, metode, bahasa;  
2. Surat Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh tanggungjawab.

Ditetapkan di : Samata-Gowa

Pada tanggal : 2 Juli 2021



Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.

NIP. 19511301993031003

Tembusan :

1. Rektor UIN Alauddin Makassar di Samata-Gowa
2. Para Jurusan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
3. Arsip

PEMRAKARSA (Fakhrunnisa, SE)	KEPALA TATA USAHA (Hj. Nurmiati, S.E., M.M.)





**KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UIN ALAUDDIN MAKASSAR  
NOMOR : 1578 TAHUN 2021**

**TENTANG**

**PANITIA DAN TIM PENGUJI MUNAQASYAH  
JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA KUASA  
DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM UIN ALAUDDIN MAKASSAR**

- Membaca : Surat permohonan : **Sri Wahyuni Safitri**  
NIM : **90500117029**  
Tanggal : **11 Juli 2021**  
Mahasiswa Jurusan : **PERBANKAN SYARIAH**  
Untuk Ujian Skripsi/ Munqasyah yang berjudul "**Pengaruh Pelayanan Prima dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat KC Makassar**"
- Menimbang : 1. Bahwa saudara tersebut diatas telah memenuhi persyaratan Ujian Skripsi/ Munqasyah  
2. Bahwa untuk pelaksanaan dan kelancaran ujian/ Munqasyah perlu dibentuk panitia ujian.
- Mengingat : 1. Undang-undang No. 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;  
2. Peraturan Pemerintah Nomor 60 Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi;  
3. Keputusan Presiden Nomor 57 Tahun 2005 tentang Perubahan IAIN Alauddin menjadi UIN Alauddin Makassar;  
4. Keputusan Menteri Agama RI Nomor 2 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran atas Bahan Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Kementerian Agama;  
5. Keputusan Menteri Agama RI. No. 5 Tahun 2006 tentang Organisasi dan Tata Kerja UIN Alauddin Makassar  
6. Keputusan Menteri Agama RI. Nomor 93 Tahun 2007 tentang Statuta UIN Alauddin Makassar;  
7. Keputusan Menteri Keuangan No.330/05/2008 tentang penetapan UIN Alauddin Makassar pada Departemen Agama sebagai Instansi Pemerintah yang menerapkan pengelolaan Badan Layanan Umum (BLU).  
8. Surat Keputusan Rektor UIN Alauddin Nomor 241 B Tahun 2010 Tentang Pedoman Edukasi UIN Alauddin;

**MEMUTUSKAN**

- Menetapkan : 1. Membentuk Panitia Ujian Skripsi/ Munqasyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar dengan komposisi :

**Ketua** : Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
**Sekretaris** : Dr. Muh. Wahyuddin Abdullah, SE., M.Si., Ak.  
**Penguji I** : Dr. Syaharuddin, M.Si.  
**Penguji II** : Ismawati, SE., M.Si.  
**Pembimbing I** : Dr. Siti Fatimah, S.E., M.M.  
**Pembimbing II** : Kamaruddin, SE., M.Si.  
**Pelaksana** : Siti Rifqah Wiranti, SE.

2. Panitia bertugas melaksanakan ujian Skripsi/Munqasyah bagi saudara yang namanya tersebut diatas.  
3. Biaya pelaksanaan ujian dibebankan kepada anggaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Alauddin Makassar.  
4. Apabila dikemudian hari ternyata terdapat kekeliruan dalam surat keputusan ini akan diubah dan diperbaiki sebagaimana mestinya.

Keputusan ini disampaikan kepada yang bersangkutan untuk diketahui dan dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab.

Ditetapkan di : **Samata-Gowa**  
Pada tanggal : **13 Juli 2021**  
  
Prof. Dr. H. Abustani Ilyas, M.Ag.  
NIP. 19661130 199303 1 003

PEMRAKARS (FAKHRUNNISA)	KEPALA TATA USAHA (Hj. NURMIATI, S.E.,MM)

## DAFTAR KUESIONER

### **PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT KC MAKASSAR**

Hal : Permohonan Pengisian Angket

Kepada

Yth Bapak/Ibu/Sdr/i Nasabah Bank Muamalat KC Makassar

Di Tempat

*Bismillahirrahmanirrahim*

*Assalamu'alaikum Wr.Wb*

Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Sri Wahyuni Safitri

Nim : 90500117029

Jurusan : Perbankan Syariah UIN Alauddin Makassar

Mohon bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk mengisi angket terlampir guna kepentingan penulisan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Pelayanan Prima Dan Etika Bisnis Terhadap Loyalitas Nasabah Bank Muamalat Kc Makassar”**.

Data-data yang disampaikan dalam angket ini sangat penting untuk peneulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan dalam memperoleh gelar strata satu (S1) dan data yang Bapak/Ibu/Sdr/i diberikan semata-mata untuk kepentingan akademik dan dijamin kerahasiaannya.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I dalam pengisian angket ini saya sampaikan terima kasih. *Wassalamualaikum Wr.Wb*

Makassar, Juli 2021

Hormat saya,

Sri Wahyuni Safitri

### KUESIONER PENELITIAN

#### **PENGARUH PELAYANAN PRIMA DAN ETIKA BISNIS TERHADAP LOYALITAS NASABAH BANK MUAMALAT KC MAKASSAR**

##### 1. Identitas Responden

Nama :

Alamat :

Jenis kelamin :

Umur :

Pendidikan terakhir :

Pekerjaan :

Sudah berapa lama menjadi nasabah Bank Muamalat:

a. < 6 bulan tahun c. 1 s/d 2

b. 6 s/d 12 bulan d. > 2 tahun

##### 2. Petunjuk Pengisian

Beri tanda centang (✓) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Sdr/i.

Kriteria penelitian

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	5
2.	Setuju (S)	4
3.	Ragu-Ragu (RR)	3
4.	Tidak Setuju (TSO)	2
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Pernyataan:

### 1. PERNYATAAN VARIABEL PELAYANAN PRIMA

NO	PERNYATAAN	Jawaban Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
Tangible (Berwujud)						
1	Pengawai Bank Muamalat berpenampilan sopan, menarik dan percaya diri					
2	saya mendapatkan layanan yang didukung oleh sarana dan prasarana lingkungan sekitar					
Reability (Keandalan)						
3	Pegawai Bank Muamalat memberikan pelayanan secara akurat, handal, bertanggung jawab dan melayani nasabah dengan ramah sepenuh hati					
Resposiveness (ketanggapan )						
4	Pegawai Bank Muamalat mampu berkomunikasi dengan baik dan memberikan penjelasan dengan baik kepada nasabah					
5	Tutur kata dan sikap pegawai Bank Muamalat tidak menyinggung perasaan pada saat melakukan pelayanan dalam membantu nasabah					
Insurance (Kepastian)						
6	Pegawai Bank Muamalat dapat menumbuhkan rasa percaya dan puas dengan jaminan keamanan dana nasabah sesuai syariah					
Empathy (Empati )						
7	Pegawai Bank Muamalat memperhatikan dan memahami dengan sungguh-sungguh kebutuhan nasabah serta peduli mengenai ketidak puasan/complain dari nasabah					



## 2. PERNYATAAN VARIABEL ETIKA BISNIS ISLAM

NO	PERNYATAAN	Jawaban Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
Keadilan						
8	Semua nasabah Bank Muamalat memiliki hak dan kewajiban yang sama tanpa pengecualian					
9	Perhitungan bagi hasil Bank Muamalt sesuai dengan kesepakatan diawal akad.					
Kehendak Bebas						
10	Nasabah diberi kesempatan untuk menyampaikan kritik dan saran apabila ada pelayanan Bank Muamalat yang kurang memuaskan					
11	Menurut saya akad dalam semua transaksi keuangan Bank Muamalat dengan nasabah dibuat tanpa ada unsur paksaan					
Tanggung jawab						
12	Saya percaya bahwa Bank Muamalat dapat menjaga amanah dari nasabah seperti tabungan, jaminan dll.					
13	Menurut saya pegawai dari Bank Muamalat dapat melayani nasabah dengan penuh tanggung jawab.					
Kebenaran						
14	Menurut saya Bank Muamalat telah bertindak benar dan jujur dalam proses operasionalnya					
15	Menurut saya pihak Bank Muamalat telah menjelaskan dengan baik tentang akad, hak dan kewajiban nasabah secara detail					

### 3. PERNYATAAN VARIABEL LOYALITAS NASABAH

NO	PERNYATAAN	Jawaban Responden				
		SS	S	RR	TS	STS
Transaksi berulang						
16	Saya akan selalu menggunakan produk Bank Muamalat karena merasa puas dengan pelayanan yang diberikan dan produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan					
Menggunakan Produk/Jasa lain						
17	Saya dengan senang hati akan menggunakan produk lain dari Bank Muamalat yang sesuai dengan kebutuhan saya selain produk yang saya gunakan saat ini.					
Rekomendasi kepada orang lain						
18	Saya akan merekomendasikan Bank Muamalat kepada keluarga atau teman karena produknya bervariasi dan sesuai dengan kebutuhan nasabah saat ini serta pelayanannya yang memuaskan.					
Kebal terhadap pesaing						
19	Saya merasa produk atau jasa Bank Muamalat yang saya gunakan sudah sangat mencukupi kebutuhan saya dan saya tidak tertarik menggunakan produk dari bank lain.					
20	Saya akan tetap menggunakan produk atau jasa Bank Muamalat walaupun saya mendapatkan tawaran produk baru dari bank lain.					

### TABULASI DATA PENELITIAN

#### PELAYANAN PRIMA (X1)

Responden	Pelayanan Prima (X1)							Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	5	5	5	4	4	4	5	32
2	2	3	1	2	1	4	3	16
3	5	5	5	5	5	4	5	34
4	5	5	5	5	5	5	5	35
5	4	4	4	5	4	5	4	30
6	4	4	5	5	5	5	5	33
7	4	3	5	3	4	4	4	27
8	4	4	3	4	4	5	4	28
9	5	5	5	5	5	5	5	35
10	5	4	5	5	5	5	4	33
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	3	5	5	5	4	5	31
13	5	4	5	5	5	4	5	33
14	3	4	4	4	4	4	4	27
15	4	4	5	5	4	4	3	29
16	5	4	5	5	4	4	4	31
17	5	5	5	5	5	4	4	33
18	5	4	5	4	5	4	4	31
19	2	2	2	2	2	2	2	14
20	5	5	5	5	5	4	5	34
21	1	2	2	2	2	2	2	13
22	5	5	5	5	5	5	5	35
23	2	2	2	2	2	2	2	14
24	5	5	5	5	5	5	4	34
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	4	5	4	4	4	5	3	29
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	5	5	5	5	5	5	5	35
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	5	3	4	4	4	4	4	28
31	4	4	4	4	5	4	4	29
32	4	5	4	4	5	5	5	32
33	4	4	5	4	4	4	5	30
34	5	3	4	4	3	3	3	25
35	4	4	4	4	4	4	4	28
36	4	4	5	5	5	5	5	33
37	4	4	3	4	2	4	3	24

38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	5	4	4	5	4	5	4	31
41	5	3	4	4	3	3	4	26
42	2	2	1	1	2	2	2	12
43	5	4	5	5	5	5	5	34
44	4	4	4	4	5	4	4	29
45	5	3	4	4	4	4	4	28
46	4	4	4	4	4	4	4	28
47	4	4	5	5	5	5	5	33
48	5	4	5	5	5	4	5	33
49	5	5	5	5	5	5	5	35
50	5	5	5	5	5	5	5	35
51	2	1	1	1	1	1	1	8
52	5	4	4	5	5	4	4	31
53	4	4	5	5	5	5	5	33
54	5	4	5	5	5	5	5	34
55	1	2	2	2	2	2	2	13
56	5	4	4	5	5	4	4	31
57	5	4	4	5	5	4	4	31
58	4	3	4	4	4	4	4	27
59	5	4	4	5	5	5	5	33
60	1	2	2	1	2	1	1	10
61	5	4	5	4	4	4	4	30
62	5	5	5	5	5	5	5	35
63	4	3	4	4	4	3	4	26
64	1	1	1	1	1	1	1	7
65	1	1	1	1	1	1	1	7
66	5	4	4	5	3	4	3	28
67	4	4	4	4	4	4	4	28
68	4	4	4	4	4	4	4	28
69	4	3	4	4	4	4	4	27
70	3	3	4	4	4	3	5	26
71	5	5	5	5	5	4	4	33
72	5	5	4	5	5	4	4	32
73	1	1	1	1	1	2	1	8
74	5	4	4	4	5	4	4	30
75	5	5	5	5	5	5	5	35
76	5	5	5	5	5	5	5	35
77	5	5	5	5	5	5	5	35
78	4	4	5	5	4	4	4	30
79	4	4	5	5	5	5	4	32
80	5	5	5	5	5	4	4	33

81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	4	3	4	4	4	4	4	27
83	4	4	4	4	4	4	4	28
84	4	3	4	4	4	4	4	27
85	5	5	5	5	5	5	5	35
86	5	3	4	4	4	3	3	26
87	5	3	5	5	5	5	5	33
88	4	4	4	4	5	5	5	31
89	5	5	5	5	5	5	5	35
90	5	5	5	4	5	5	4	33
91	5	5	5	5	5	5	4	34
92	5	5	5	4	4	4	5	32
93	5	4	4	5	5	4	4	31
94	5	4	4	5	5	5	5	33
95	4	3	4	5	5	4	4	29
96	4	4	5	5	4	4	4	30
97	4	5	4	4	5	4	5	31
98	5	5	5	5	5	5	5	35
99	5	5	4	4	5	5	4	32
100	4	4	5	5	4	5	5	32

### ETIKA BISNIS ISLAM (X2)

Responden	Etika Bisnis (X2)								Jumlah
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	
1	5	5	5	4	5	4	4	5	37
2	1	2	3	2	5	2	2	3	20
3	5	5	5	5	5	5	4	4	38
4	5	5	5	5	5	4	5	5	39
5	3	3	4	3	4	4	4	3	28
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	4	4	4	4	5	5	5	36
8	5	4	5	3	5	5	5	5	37
9	5	5	5	5	4	5	4	5	38
10	4	4	4	4	5	5	4	2	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	4	5	5	5	4	4	4	36
13	5	5	5	5	5	5	5	5	40
14	4	2	2	2	2	2	2	2	18
15	4	4	3	3	4	4	4	3	29
16	5	5	5	5	4	4	4	4	36
17	5	5	4	4	4	4	4	4	34
18	3	4	4	4	4	5	4	4	32



62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
63	4	4	4	3	4	3	4	4	30
64	2	2	1	1	1	1	1	1	10
65	1	1	1	1	1	1	1	1	8
66	5	5	3	4	5	4	5	4	35
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32
68	4	4	3	4	4	4	4	4	31
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32
70	2	4	3	4	4	4	5	4	30
71	4	4	5	5	5	5	5	4	37
72	5	4	4	4	4	4	4	4	33
73	1	1	1	1	1	1	2	1	9
74	5	5	5	4	4	4	4	5	36
75	5	4	4	4	4	4	4	4	33
76	4	4	5	4	4	5	5	4	35
77	4	4	5	5	4	4	4	4	34
78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	5	5	5	5	5	5	5	4	39
80	4	4	4	4	5	5	5	5	36
81	4	3	4	3	4	4	4	4	30
82	4	4	4	4	3	4	4	3	30
83	3	4	4	4	4	4	3	3	29
84	4	4	4	4	4	4	4	4	32
85	5	5	5	5	5	5	5	5	40
86	2	3	4	3	4	4	3	3	26
87	5	4	5	5	5	5	4	5	38
88	4	5	4	4	4	5	4	4	34
89	5	4	4	4	5	5	5	5	37
90	5	4	5	4	4	5	4	4	35
91	4	4	3	5	5	5	5	4	35
92	5	5	5	4	4	5	4	5	37
93	4	4	4	5	4	4	4	4	33
94	4	5	5	4	4	4	4	4	35
95	4	3	4	4	4	4	4	4	31
96	2	4	4	4	4	4	4	4	30
97	5	5	5	4	4	4	4	4	35
98	4	4	5	4	5	5	5	5	37
99	5	4	4	4	4	4	4	4	33
100	4	3	4	4	3	4	4	4	30



**LOYALITAS NASABAH (Y)**

Responden	Loyalitas Nasabah (Y)					Jumlah
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	
1	4	5	5	5	4	23
2	2	2	2	3	3	12
3	4	4	4	4	4	20
4	5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	4	3	19
6	4	4	5	3	4	20
7	4	4	4	4	3	19
8	5	5	4	5	5	24
9	4	4	5	5	5	23
10	2	4	5	2	2	15
11	5	5	5	5	5	25
12	4	4	4	3	3	18
13	5	3	4	2	3	17
14	2	2	2	2	2	10
15	3	3	4	4	5	19
16	4	4	4	3	3	18
17	5	5	4	4	4	22
18	5	2	4	4	3	18
19	2	2	2	2	2	10
20	3	3	5	4	4	19
21	3	2	2	2	3	12
22	5	5	5	5	5	25
23	2	2	2	2	2	10
24	4	4	5	4	4	21
25	4	5	4	4	4	21
26	4	5	5	5	4	23
27	4	4	4	4	4	20
28	5	4	4	4	4	21
29	4	4	5	5	5	23
30	3	5	3	2	2	15
31	4	4	4	4	4	20
32	5	4	4	5	5	23
33	5	5	5	5	4	24
34	3	3	3	3	3	15
35	4	4	4	4	4	20
36	4	5	4	2	3	18
37	3	3	4	3	3	16
38	3	3	3	3	3	15

39	4	4	4	3	3	18
40	4	4	4	5	4	21
41	3	4	4	4	4	19
42	2	2	2	2	2	10
43	4	4	4	4	4	20
44	5	5	5	5	5	25
45	4	4	4	4	4	20
46	4	4	4	4	4	20
47	3	3	3	3	3	15
48	4	4	4	4	4	20
49	4	4	4	4	3	19
50	5	5	5	4	4	23
51	2	1	2	1	2	8
52	4	4	4	3	4	19
53	3	3	3	3	3	15
54	4	4	4	4	4	20
55	2	2	2	2	2	10
56	5	5	5	4	3	22
57	5	5	5	4	3	22
58	4	4	5	5	4	22
59	4	4	4	4	4	20
60	3	2	2	4	2	13
61	4	4	4	4	4	20
62	5	5	5	2	2	19
63	4	4	3	4	3	18
64	1	1	1	1	2	6
65	1	1	1	1	1	5
66	4	5	3	3	3	18
67	4	4	4	4	4	20
68	4	4	4	4	3	19
69	4	3	3	1	4	15
70	3	4	3	4	3	17
71	3	3	3	3	3	15
72	4	4	4	4	4	20
73	1	1	2	3	1	8
74	4	4	3	3	4	18
75	5	5	4	4	4	22
76	5	4	5	4	4	22
77	5	4	4	4	4	21
78	5	4	4	4	5	22
79	5	4	4	4	5	22
80	4	5	4	4	3	20
81	4	3	3	3	3	16





	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,754**	,838**	,809**	1	,801*	,845**	,805**	,805*	,921**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,653**	,806**	,820**	,801**	1	,814**	,820**	,777*	,898**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,729**	,789**	,794**	,845**	,814*	1	,868**	,848*	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,703**	,800**	,784**	,805**	,820*	,868**	1	,836*	,913**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,756**	,775**	,793**	,805**	,777*	,848**	,836**	1	,912**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,834**	,913**	,908**	,921**	,898*	,925**	,913**	,912*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### c. Loyalitas Nasabah (Y)

		Correlations					
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Total
Y.1	Pearson Correlation	1	,784**	,749**	,613**	,681**	,880**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,784**	1	,789**	,614**	,605**	,874**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,749**	,789**	1	,696**	,682**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	,613**	,614**	,696**	1	,742**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	,681**	,605**	,682**	,742**	1	,850**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	,880**	,874**	,900**	,845**	,850**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## 2. Uji Reabilitas

### a. Pelayanan prima (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,971	7

### b. Etika Bisnis Islam (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,967	8

### c. Loyalitas Nasabah (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,919	5

### 3. Uji Asumsi Klasik

#### a. Uji Normalitas

##### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal	Mean	,0000000
Parameters <sup>a,b</sup>	Std. Deviation	2,41221626
Most Extreme	Absolute	,049
Differences	Positive	,041
	Negative	-,049
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

#### b. Uji Linearitas

##### ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Loyalitas	Between	(Combined)	1381,445	21	65,783	11,166	,000
nasabah (Y)	Groups	Linearity	1242,496	1	1242,496	210,907	,000
* Etika		Deviation from	138,949	20	6,947	1,179	,295
Bisnis (X2)		Linearity					
	Within Groups		459,515	78	5,891		
	Total		1840,960	99			



### c. Uji Multikolinearitas

		Coefficients <sup>a</sup>					
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance VIF
1	(Constant)	3,421	1,063		3,218	,002	
	Pelayanan prima (X1)	,175	,090	,282	1,942	,055	,153 6,554
	Etika Bisnis (X2)	,314	,081	,562	3,862	,000	,153 6,554

a. Dependent Variable: Loyalitas nasabah (Y)

### 4. Uji Hipotesis

#### a. Analisis Linear Berganda

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,421	1,063		3,218	,002
	Pelayanan Prima (X1)	,175	,090	,282	1,942	,055
	Etika Bisnis (X2)	,314	,081	,562	3,862	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

#### b. Uji-T

		Coefficients <sup>a</sup>				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,421	1,063		3,218	,002
	Pelayanan Prima (X1)	,175	,090	,282	1,942	,055
	Etika Bisnis (X2)	,314	,081	,562	3,862	,000

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

### c. Uji-F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1264,900	2	632,450	106,495	,000 <sup>b</sup>
	Residual	576,060	97	5,939		
	Total	1840,960	99			

a. Dependent Variable: Loyalitas Nasabah (Y)

b. Predictors: (Constant), Etika Bisnis (X2), Pelayanan Prima (X1)

### d. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,829 <sup>a</sup>	,687	,681	2,43696

a. Predictors: (Constant), Etika Bisnis (X2), Pelayanan Prima (X1)

## RIWAYAT HIDUP



**SRI WAHYUNI SAFITRI**, lahir di kabupaten Jeneponto Sulawesi Selatan pada tanggal 27 Februari 1999. Penulis merupakan anak kedua dari tiga bersaudara, dan dari pasutri Muhammad dan Syamsinar Kadu. Penulis memulai jenjang pendidikan di SDI No.112 Tamarunang selama 6 tahun pada tahun 2004-2010, kemudian penulis melanjutkan pendidikannya pada tingkat menengah pertama di SMPN 2 Binamu selama 3 tahun pada tahun 2010-2013, lalu melanjutkan kejenjang menengah atas di SMKN 1 Jeneponto jurusan Akuntansi selama 3 tahun pada tahun 2013-2016. penulis melanjutkan pendidikannya ke jenjang yang lebih tinggi di STIE STKIP YAPTI Jeneponto jurusan Pendidikan Matematika selama setahun pada tahun 2016-2017. Pada tahun 2017 penulis melanjutkan pendidikannya pada perguruan tinggi negeri di Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam . Penulis kemudian menyelesaikan studinya ditahun 2021.

### *Contact Person*

No. Hp : 08219190398

Email : [sriwahyunisafitrisws99@gmail.com](mailto:sriwahyunisafitrisws99@gmail.com)